

**PENGARUH NILAI TUKAR RUPIAH DAN HARGA INTERNASIONAL
TERHADAP NILAI EKSPOR KOPI INDONESIA**

SKRIPSI

Disusun Oleh:

LISTIYANA
NIM. 51.15.1.070

Program Studi
EKONOMI ISLAM



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN

2021

**PENGARUH NILAI TUKAR DAN HARGA INTERNASIONAL
TERHADAP NILAI EKSPOR KOPI INDONESIA
(PERIODE 2004-2018)**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memenuhi Gelar
Sarjana Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Disusun Oleh:

**LISTIYANA
NIM. 51.15.1.070**

Program Studi
EKONOMI ISLAM



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
MEDAN
2021**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Listiyana
NIM : 51.15.1.070
Tempat/tgl Lahir : Bukit Sama, 16 September 1997
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Jln. Takengon Bireun, Desa Merie Satu, Kabupaten Bener Meriah, Provinsi Aceh.

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **“PENGARUH NILAI TUKAR RUPIAH DAN HARGA INTERNASIONAL TERHADAP NILAI EKSPOR KOPI INDONESIA”** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan didalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 27 Juli 2020

Yang membuat Pernyataan



Listiyana
NIM. 51.15.1.070

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul:

PENGARUH NILAI TUKAR RUPIAH DAN HARGA INTERNASIONAL TERHADAP NILAI EKSPOR KOPI INDONESIA


Oleh :

Listiyana
Nim. 51.15.1.070

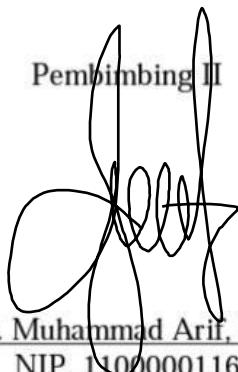
Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (SE) Pada Program Studi Ekonomi Islam

Medan, 27 Juli 2020

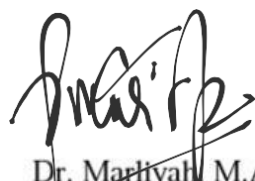
Pembimbing I


Dr. Muhammad Yafiz M. Ag
NIP. 197604232003121002

Pembimbing II


Dr. Muhammad Arif, MA
NIP. 1100000116

Mengetahui
Ketua Jurusan Ekonomi Islam


Dr. Marliyah M. Ag
NIP. 197601262003122003

PENGESAHAN

Skripsi berjudul **“PENGARUH NILAI TUKAR RUPIAH DAN HARGA INTERNASIONAL TERHADAP NILAI EKSPOR KOPI INDONESIA”** an. Listiyana, NIM 51151070 Program Studi Ekonomi Islam telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN-SU Medan pada tanggal 26 Agustus 2020. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi Islam.

Medan, 26 Agustus 2020
Panitia Ujian Sarjana S1
Program Studi Ekonomi Islam UIN-SU

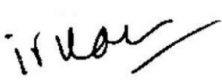
Ketua



Dr. Marliyah, M.A
NIDN. 2026017602


Sekretaris

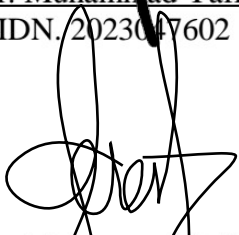

Imsar, M.Si
NIDN. 2003038701

Anggota



Digitally signed by M. Irwan Padli Nasution
DN: cn=M. Irwan Padli Nasution gn=M.
Irwan Padli Nasution c=Indonesia l=ID
e=irwannst75@gmail.com
Reason: I am the author of this document
Location: Medan
Date: 2021-02-03 01:43+07:00
Mhd. Irwan Padli Nst, ST, MM, M.Kom
NIDN. 2013027501


Dr. Muhammad Yafiz, M. Ag
NIDN. 2023047602


Dr. Kamilah, SE, Ak, MSi, CA
NIDN. 2023107901


Dr. Muhammad Arif, MA
NIDN. 2112018501

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UINSU Medan


Dr. Andri Soemitra, MA
NIDN. 2007057602

ABSTRAK

Nama Listiyana, Nim. 51.15.1.070, dengan judul **“Pengaruh Nilai Tukar Rupiah dan Harga Internasional Terhadap Nilai Ekspor Kopi Indonesia”**. Di bawah bimbingan Bapak Dr. Muhammad yafiz, M.Ag sebagai pembimbing skripsi I, dan Bapak Dr. Muhammad Arif, MA sebagai pembimbing skripsi II.

Indonesia menjadi salah satu negara yang melakukan perdagangan internasional, yaitu ekspor. Ekspor adalah kegiatan menjual barang dan jasa ke luar negeri. Salah satu komoditi ekspor Indonesia adalah kopi yang merupakan produk ekspor sektor perkebunan. Peranan perdagangan internasional terhadap perekonomian yakni terdapat pendapatan yang diperoleh oleh produsen, eksportir, kesempatan kerja dan kenaikan investasi. Kenaikan ekspor berarti pendapatan devisa meningkat dan selanjutnya kemampuan mengimpor juga bertambah dan akhirnya investasi meningkat. Permasalahan utama yang dialami oleh suatu negara adalah ekspor yang tidak stabil. Dengan adanya fluktuasi jelas akan mempengaruhi pertumbuhan ekonomi negara-negara yang sedang berkembang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh nilai tukar rupiah dan harga internasional terhadap nilai ekspor kopi Indonesia. data penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh langsung dari Kementrian Perdagangan, *Internasional Coffee Organization*, dan Badan Pusat Statistik. Analisis yang digunakan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dengan model analisis linear berganda (*Ordinary Least square*) . Dalam penelitian ini menggunakan Eviews 8.0 sebagai alat estimasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai tukar rupiah berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai ekspor kopi Indonesia dengan nilai signifikansi 0,0051 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 5%. Harga internasional berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai signifikansi 0,0008 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 5%. Kemudian adanya hubungan antara nilai tukar rupiah dan harga internasional terhadap nilai ekspor sebesar 72% dan 28% lainnya dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak disebutkan dalam model ini.

KATA KUNCI: Nilai Tukar Rupiah, Harga Internasional dan Nilai Ekspor.

Kata Pengantar



Segala puji bagi Allah Swt. Yang kepada-Nya kita menyembah, meminta pertolongan dan memohon ampunan. Shalawat dan salam, semoga tetap terlimpah kita curahkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad Saw. Beserta seluruh keluarga, sahabat-sahabatnya, dan para pengikutnya yang shalih hingga akhir zaman. Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah Swt yang akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **Pengaruh Nilai Tukar Rupiah dan Harga Internasional Terhadap Nilai Ekspor Kopi Indonesia**.

Shalawat serta salam semoga tetap terlimpah kehadiran junjungan Nabi besar Muhammad SAW, serta keluarga dan Sahabatnya. Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan.

Dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan yang sangat berharga berupa motivasi, petunjuk, bimbingan dan pengarahan serta saran-saran dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kedua orangtuaku tercinta dan tersayang, ayahanda tercinta Baharuddin dan ibunda tersayang Suryani yang telah membesarkan dan mendidik penulis sehingga dapat mengenyam pendidikan sampai bangku perkuliahan. Terima kasih tak terhingga untuk setiap tetes keringat dan doa. Terima kasih untuk semangat dan cinta. Terima kasih untuk segalanya.
2. Bapak Prof. Dr. Syahrin Harahap, MA selaku Rektor UIN-SU Medan
3. Bapak Dr. Andri Soemitra, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Ibu Dr. Marliyah, M.Ag selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

5. Bapak Imsar, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
6. Bapak Muhammad Yafiz M.Ag selaku dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan bimbingan dan masukan serta saran-saran dari awal penyusunan skripsi ini sampai dengan selesai.
7. Bapak Muhammad Arif, MA selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan dan masukan dalam penyusunan skripsi.
8. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara.
9. Orang-orang tersayangku, Adik-adik dan seluruh keluarga besar saya yang selalu mendoakan, memberikan inspirasi dan pengorbanan baik secara moril maupun material. Terima kasih untuk segalanya.
10. Teman-teman terbaikku Naria Rahmi, Siti Khairunnisak, Devi Malinda Rambe, Nur Syafiqoh dan Aida Khairani Lubis yang telah menemani hari-hariku selama berkuliah.
11. Teman seperjuanganku Maya Lestari Sitorus dan Dimas Dwi Kurniawan yang memberikan semangat dan dukungan dalam penyelesaian skripsi.
12. Teman-teman seperjuangan stambuk 2015 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terkhusus kepada EKI-C, semoga kita tetap solid dan semua yang telah terlewati tidak terlupakan dan menjadi kenangan yang indah.
13. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, semoga Allah SWT memberikan balasan atas semua kebaikan dengan yang lebih baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, untuk itu segala kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan dari pembaca, akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Medan, 27 Juli 2020

Listiyana
NIM: 51.15.1.070

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii

BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8

BAB II KAJIAN TEORITIS	9
A. Perdagangan Internasional	9
1. Pengertian Perdagangan Internasional	9
2. Teori perdagangan Internasional	10
3. Perdagangan Internasional dalam Islam	14
B. Ekspor	16
1. Pengertian Ekspor	16
2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ekspor	18
C. Permintaan dan Penawaran	20
1. Pengertian Permintaan	20

2. Pengertian Penawaran	22
3. Permintaan dan Penawaran dalam Islam	23
D. Nilai Tukar	25
1. Pengertian Nilai Tukar	25
2. Jenis Nilai Tukar	26
3. Sistem Nilai Tukar	27
4. Nilai Tukar dalam Islam	28
5. Hubungan Nilai Tukar dengan Nilai Ekspor	30
E. Harga	31
1. Pengertian Harga	31
2. Penetapan Harga	32
3. Harga dalam Islam	34
4. Hubungan Harga Dengan Nilai Ekspor	36
F. Penelitian Terdahulu	36
G. Kerangka Pemikiran	38
H. Hipotesis Penelitian	39

BAB III METODE PENELITIAN41

A. Pendekatan Penelitian	41
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	41
C. Jenis dan Sumber data Penelitian	41
D. Populasi dan Sampel	41
E. Definisi Operasional	42
F. Teknik Pengumpulan Data	43
G. Metode Analisis Data	44

BAB IV TEMUAN PENELITIAN49

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian	49
1. Deskripsi Wilayah Indonesia	49
2. Deskripsi Tanaman kopi	50

B. Deskripsi Perkembangan variabel	51
1. Perkembangan Nilai Ekspor Kopi Indonesia	52
2. Perkembangan Nilai Tukar Rupiag	53
3. Perkembangan Harga Internasional	54
C. Uji Bersyarat dan Hasil Estimasi	56
1. Uji Asumsi Klasik	56
a. Uji Normalitas	56
b. Uji Multikolinearitas	56
c. Uji Autokorelasi	57
d. Uji Heteroskedastisitas	58
2. Analisis Regresi Linear Berganda	59
3. Uji Hipotesis	60
a. Uji Koefisien Determinasi (R-Square/ R^2)	60
b. Uji t-Statistik	60
c. Uji F-Statistik	62
D. Interpretasi Hasil Penelitian	63
 BAB V PENUTUP	69
A. Kesimpulan	69
B. Saran	69
 DAFTAR PUSTAKA	71
 LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

1.1 Data Negara Eksportir Kopi Terbesar di Dunia Tahun 2017	2
1.2 Data Nilai Tukar, Harga Internasional, Nilai Ekspor Kopi	3
4.1 Perkembangan Nilai Ekspor Kopi Indonesia	52
4.2 Perkembangan Nilai Tukar Rupiah	54
4.3 Perkembangan Harga Kopi Internasional	55
4.4 Hasil Uji Multikolinieritas	57
4.5 Hasil Uji Autokorelasi	58
4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	58
4.7 Analisis Regresi Berganda Nilai Tukar dan Harga Internasional	59
4.8 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi	60
4.9 Hasil Pengujian Signifikansi Parsial (Uji-t)	61
4.10 Hasil Pengujian Signifikansi Simultan (Uji-F)	62

DAFTAR GAMBAR

2.1 Kerangka Pemikiran	39
4.1 Hasil Uji Normalitas	56
4.2 Pengaruh Nilai Tukar Rupiah Terhadap Nilai Ekspor Kopi	63
4.3 Pengaruh Harga Internasional Terhadap Nilai Ekspor Kopi	65
4.4 Volume dan Nilai Ekspor Kopi Indonesia	67
4.5 Ekspor Kopi Menurut Negara tujuan Utama	68

DAFTAR LAMPIRAN

1. Data Penelitian
2. Data Penelitian Setelah di Log
3. Regresi Linear Berganda
4. Uji Multikolinearitas
5. Uji Normalitas
6. Uji Heteroskedastisitas
7. Tabel t
8. Tabel f
9. Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia sebagai salah satu negara yang menganut sistem perekonomian terbuka, sangat mengandalkan kegiatan perdagangan internasional untuk membantu meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Apridar mengungkapkan bahwa terdapat beberapa faktor yang bisa mendorong suatu negara untuk melakukan kegiatan perdagangan internasional, faktor-faktor tersebut yaitu antara lain dapat memenuhi setiap kebutuhan barang atau jasa dalam negeri karena kurangnya pasokan atau tidak dapat menghasilkan produk tertentu, untuk memperoleh keuntungan meningkatkan devisa negara, adanya perbedaan penguasaan teknologi dalam mengelola sumber daya, adanya kelebihan dan penawaran untuk mendapatkan produk sehingga diperlukan pasar baru, dan adanya perbedaan keadaan sumber daya alam, iklim dan tenaga kerja.¹

Secara umum bentuk dasar dari perdagangan Internasional meliputi ekspor dan impor. Seiring dengan perkembangan globalisasi, kegiatan ekspor menjadi semakin penting karena merupakan salah satu penggerak perekonomian bagi suatu negara. Teori klasik menurut David Ricardo menyatakan bahwa suatu negara akan memperoleh manfaat dari perdagangan internasional jika melakukan spesialisasi produk dan mengekspor barang dimana negara tersebut dapat memproduksi relatif lebih produktif serta mengimpor barang dimana negara tersebut berproduksi relatif kurang atau tidak produktif.²

Peran strategis Indonesia dalam proses perdagangan internasional ialah sebagai pemasok kebutuhan-kebutuhan luar negeri yang berkaitan dan berhubungan dengan sumber daya hayati karena modal terbesar bangsa Indonesia adalah modal kekayaan alam yang luar biasa.³ Indonesia merupakan negara

¹Apridar, *Ekonomi Internasional : Sejarah, Teori, Konsep dan Permasalahan Dalam Aplikasinya ke 2*, (Yogyakarta ; graha ilmu, 2012), h. 75.

²Peter H. Linder, *Ekonomi Internasional-Edisi 9*, Terj. Agustinus Subekti (Jakarta: Bumi Aksara, 1994), h. 24.

³Ahmad Syarif, Skripsi: “*Pengaruh Jumlah produksi, Harga dan Kurs Terhadap Nilai Ekspor Kakao Indonesia 1996-2015*” (Makassar: Alauddin, 2018), h. 3.

dengan daerah subtropis yang potensial untuk pengembangan komoditas primer perkebunan.

Salah satu komoditas perkebunan utama Indonesia yaitu kopi. Kopi adalah salah satu komoditas pertanian yang mempunyai prospek pemasaran yang luas. Kopi juga merupakan salah satu komoditas ekspor andalan pada sektor pertanian tanaman tahunan. Kopi memiliki peran penting bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia dapat dilihat dari neraca perdagangan, neraca pembayaran dan adanya substitusi impor. Selain itu komoditas kopi juga berperan sebagai penyedia lapangan kerja, dan juga sebagai sumber pendapatan bagi petani kopi maupun dalam bisnis perkopian. Hal lain yang mendorong negara Indonesia mengekspor kopi adalah banyaknya produksi dan pengelolaan biji kopi yang berkualitas serta cita rasa dan selera kopi dari Indonesia dapat diterima dengan baik di seluruh negara.⁴ Terdapat lima provinsi produsen kopi terbesar di Indonesia, yang berkontribusi terhadap total produksi tahun 2018 yaitu, Sumatera Selatan berkontribusi sebesar 25,0%, Lampung 14,95%, Sumatera Utara 9,41%, Aceh 9,08%, dan Jawa Timur sebesar 8,93%.⁵ Kopi yang di produksi Indonesia merupakan komoditas yang mempunyai potensi yang sangat besar untuk bersaing di pasar internasional khususnya, Eropa, Amerika dan Asia. Ekspor kopi dunia didominasi oleh negara-negara berkembang, yaitu :

Tabel 1.1
Negara Eksportir Kopi Terbesar di Dunia Tahun 2017

No	Negara	Jumlah
1	Brazil	30.638
2	Vietnam	23.209
3	Kolombia	12.985
4	Indonesia	8.198
5	Honduras	7.341

Sumber: *Internasional coffee Organization*, 2019.

Kelima negara diatas tercatat sebagai negara pengeksport kopi terbesar di dunia. Dari tabel diatas, Indonesia merupakan negara pengeksport kopi ke 4

⁴Edo Soviandre, M. Al Musadieg, *Faktor yang Mempengaruhi Volume Ekspor Kopi dari Indonesia ke Amerika Serikat (Studi pada Volume Ekspor kopi Periode 2010-2012)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 14 No. 2 September 2014, h. 2.

⁵BPS, *Statistik Kopi Indonesia 2018*, (katalog:5504006), h. 7.

terbesar didunia. Hal ini bisa membuktikan bahwa komoditas ekspor kopi Indonesia dapat bersaing dengan negara-negara pengekspor kopi lainnya didunia. Dalam kegiatan ekspor suatu komoditi, Salvatore menyatakan bahwa secara teoritis ekspor suatu komoditi tertentu dari suatu negara ke negara lain merupakan selisih antara penawaran domestik dan permintaan domestik yang disebut sebagai kelebihan penawaran (*excess supply*). Kelebihan penawaran dari negara tersebut di lain pihak merupakan permintaan impor bagi negara lain atau merupakan kelebihan permintaan (*excess demand*). Selain dipengaruhi oleh permintaan dan penawaran domestik, ekspor juga dipengaruhi oleh faktor-faktor pasar dunia seperti harga komoditas itu sendiri dan komoditas substitusinya di pasar internasional serta hal-hal yang dapat mempengaruhi harga baik langsung maupun tidak langsung.⁶

Tabel 1.2
Nilai Tukar Rupiah, Harga Kopi Internasional, Nilai Ekspor Kopi Indonesia
Periode 2004 – 2018

Tahun	Nilai Tukar Rupiah (US\$)	Harga Kopi Interbasional (USD)	Nilai Ekspor Kopi (US\$)
2004	9.290	62,15	294.113
2005	9.830	89,36	503.836
2006	9.020	95,75	586.877
2007	9.419	107,68	636.319
2008	10.950	124,25	991.458
2009	9.400	115,67	814.300
2010	8.991	147,24	814.311
2011	9.068	210,39	1.036.671
2012	9.670	156,34	1.249.520
2013	12.189	119,51	1.174.029
2014	12.440	155,26	1.039.341
2015	13.795	124,67	1.197.735
2016	13.436	127,31	1.008.549
2017	13.548	126,69	1.187.157
2018	14.481	109,03	815.933

Sumber: Kementerian Perdagangan, *Internasional Coffee Organization (ICO)*, Badan Pusat Statistik 2019.

⁶Salvatore Dominick, *Ekonomi Internasional–Edisi 9*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), h. 16.

Dari Tabel 1.2 dapat dilihat bahwa nilai ekspor kopi Indonesia berfluktuatif dari tahun 2004 s.d 2018. Nilai ekspor kopi Indonesia secara rata-rata mencapai 890.009,93 USD. Pada tahun 2004 nilai ekspor kopi yaitu 294.113 USD dan terus mengalami peningkatan hingga menyentuh angka 991.458 USD pada tahun 2008. Nilai ekspor mengalami penurunan pada dua tahun kemudian hingga menyentuh angka 814.311 USD pada tahun 2010. Pada tahun 2011 nilai ekspor meningkat ke angka 1.036.671 USD, peningkatan terus terjadi ke tahun berikutnya senilai 1.249.520 USD, ini merupakan nilai ekspor tertinggi selama kurun waktu 2004 s.d 2018. Pada tahun berikutnya nilai ekspor menurun ke angka 1.174.029 USD dan semakin menurun pada tahun berikutnya 1.039.341 USD. Meski mengalami peningkatan pada tahun 2015 ke angka 1.197.735 USD, pada tahun 2016 kembali menurun ke angka 1.008.549 USD. Fluktuasi nilai ekspor kopi Indonesia terus terjadi sampai menyentuh angka 815.933 USD pada tahun 2018. Nilai ekspor kopi yang berfluktuasi menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor yang berpengaruh terhadap ekspor kopi Indonesia.

Nilai tukar atau kurs menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap nilai ekspor. Nilai tukar adalah harga mata uang suatu negara dalam harga mata uang negara lain. Nilai tukar menjadi salah satu instrumen penentu ekspor dan impor suatu komoditas, dikarenakan nilai tukar dapat berfluktuasi, maka dapat dijadikan penentu laba atau ruginya suatu mata uang saat melakukan perdagangan internasional.⁷

Pada tabel 1.2 dapat dilihat pergerakan nilai tukar rupiah cenderung melemah (depresiasi). Melemahnya nilai tukar rupiah terhadap dollar berdampak negatif terhadap posisi neraca pembayaran. Pada tahun 2004 nilai tukar rupiah menyentuh angka 9.290/USD. Pada tahun 2005 nilai tukar rupiah meningkat ke angka 9.830/USD dan kembali kemurun ke angka 9.020/USD pada tahun 2006. Dua tahun kemudian nilai tukar rupiah meningkat hingga menyentuh angka 10.950/USD pada tahun 2008. Nilai tukar mengalami penurunan pada dua tahun berikutnya hingga menyentuh angka 8.991/USD, pada tahun 2011 sampai 2018

⁷Mejaya, Fanani, Mawardi. *Pengaruh Produksi, Harga Internasional, dan nilai tukar terhadap Volume Ekspor* (Studi pada Ekspor Global Teh Indonesia Periode Thun 2010-2013), h. 21.

nilai tukar rupiah meningkat secara terus menerus dari 9.068/USD menjadi 14.481/USD. Apabila nilai tukar terus menerus mengalami pelemahan maka akan mengakibatkan berkurangnya cadangan devisa. Secara teoritis, nilai ekspor dapat juga dipengaruhi oleh kurs riil dan memiliki hubungan yang positif. Soekartawi menyatakan saat nilai tukar mata uang mengalami devaluasi atau melemah terhadap US Dollar, ekspor Indonesia cenderung meningkat karena harga komoditas yang menjadi murah dipasar global. Sebaliknya saat nilai tukar rupiah mengalami revaluasi atau menguat terhadap US Dollar, ekspor Indonesia cenderung menurun karena harga komoditas menjadi mahal dipasar global.⁸ Namun pada tahun 2018 nilai tukar rupiah yang meningkat tidak mendorong peningkatan pada ekspor kopi Indonesia.

Pada dasarnya, pelemahan (depresiasi) dan penguatan (apresiasi) nilai tukar dipengaruhi permintaan dan penawaran mata uang di pasar valuta asing. Nilai tukar mampu mempengaruhi daya beli pengimpor maupun biaya produksi komoditas yang dilakukan oleh pengeksport. Fluktuasi nilai tukar akan menyebabkan ketidak stabilan pasar ekspor. Nilai mata uang selalu berubah disetiap tahunnya diakibatkan oleh tarik ulur permintaan dan penawaran antar mata uang yang terjadi lewat perdagangan internasional.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi nilai ekspor adalah harga internasional. Harga merupakan faktor yang mempengaruhi permintaan, apabila harga kopi dunia naik pada tingkat tertentu maka akan menurunkan permintaan terhadap kopi, dan sebaliknya. Terbentuknya harga suatu komoditas ekspor dipengaruhi oleh keadaan permintaan dan penawaran. Namun karena sebagian besar produksi kopi dalam negeri diekspor, maka harga yang diterima oleh petani kopi dalam negeri akan terkait dengan fluktuasi harga kopi dunia dan keadaan pasar kopi internasional juga.⁹ Faktor harga komoditas itu sendiri di pasar internasional dapat mempengaruhi nilai ekspor kopi.

⁸Soekartawi, *Agribisnis: Teori dan Aplikasinya*, (Jakarta:Raja Grafindo Persada, cet 8, .2005), h. 122.

⁹Abdurrohman Kasdi, *Permintaan dan Penawaran Dalam Mempengaruhi Pasar (Studi kasus di Pasar Bintoro Demak)*, Bisnis, Vol.4 No. 2, Desember 2016. h.21.

Jika dilihat dari tabel 1.2 diatas dapat dilihat bahwa harga kopi internasional berfluktuatif dari tahun ke tahun, fluktuasi harga kopi internasional akan mempengaruhi ekspor kopi Indonesia. Harga kopi internasional pada tahun 2004 menyentuh angka US\$62,15. Pada tahun 2005 harga internasional meningkat ke angka US\$89,36 dan terus mengalami peningkatan hingga menyentuh angka US\$124.25 pada tahun 2008. Pada tahun berikutnya harga internasional mengalami penurunan menjadi US\$115,67, harga kopi internasional kembali mengalami peningkatan pada tahun 2010 sebesar US\$147,24 dan sebesar US\$210.39 pada tahun 2011. Dua tahun berikutnya harga internasional kembali turun ke angka US\$119,51, dan kembali meningkat pada tahun 2014 ke angka US\$155,26. Harga internasional kembali menurun pada beberapa tahun berikutnya hingga menyentuh angka US\$109,03 pada tahun 2018. Dalam hukum permintaan, apabila harga suatu barang/jasa menurun maka jumlah permintaan akan barang/jasa tersebut akan meningkat, begitupula sebaliknya apabila harga suatu barang naik maka jumlah permintaan akan barang tersebut akan turun. Hal ini berarti jika hal-hal lain tetap, jumlah permintaan barang berbanding terbalik dengan harga. Hubungan antara harga dengan jumlah permintaan ini berlaku untuk hampir semua barang dalam ekonomi. ketika suatu barang naik jumlah permintaan untuk barang tersebut akan turun. Sebaliknya ketika harga turun jumlah permintaan naik.¹⁰ Namun pada tahun 2018 harga internasional yang menurun tidak meningkatkan ekspor kopi Indonesia. Penyebab dari fluktuasi harga kopi internasional ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti kondisi perekonomian internasional, permintaan dan pasokan, menguatnya nilai mata uang hingga naik turunnya harga minyak bumi. Kebergantungan ekspor terhadap komoditas dan negara tertentu berimbas pada berfluktuasinya ekspor kopi dan kinerja ekspor kopi.

Nilai tukar dan harga internasional mengalami perkembangan yang tidak menentu, kadang terjadi peningkatan dan penurunan. Namun nilai tukar yang selalu dalam tren meningkat (depresiasi) tidak selalu meningkatkan ekspor kopi

¹⁰N.Gregory Mankiw, *Principle of Micro Economic*, (Jakarta: Salemba Empat, Jilid 1, edisi Asia), h. 19.

Indonesia, seharusnya nilai tukar yang meningkat mampu mendorong permintaan kopi dipasar internasional. Demikian juga halnya dengan harga internasional yang tinggi tidak menjamin rendahnya permintaan terhadap kopi dan rendahnya harga internasional tidak menjamin tingginya permintaan terhadap ekspor kopi. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas. Peneliti ingin melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Nilai Tukar dan Harga Internasional Terhadap Nilai Ekspor Kopi Indonesia”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah tersebut dapat dikemukakan identifikasi masalah pada penelitian ini, yaitu:

1. Ekspor kopi Indonesia menduduki posisi ketiga. pemasok kopi terbesar di dunia tahun 2017, setelah Brazil dan Vietnam
2. Ekspor kopi merupakan salah satu sektor yang membangun perekonomian Indonesia.
3. Nilai ekspor kopi Indonesia berfluktuatif pada tahun 2004 s.d 2018.
4. Nilai tukar rupiah berfluktuasi dan Peningkatan nilai tukar yang terjadi secara terus menerus diidentifikasi meningkatkan ekspor.
5. Harga kopi internasional berfluktuasi, dan harga yang rendah diidentifikasi tidak selalu meningkatkan ekspor.
6. Pengaruh eksternal dan internal diidentifikasi berpengaruh terhadap perubahan nilai ekspor kopi yang berfluktuatif.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dan indentifikasi masalah, maka perlu adanya batasan masalah. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini terbatas pada nilai ekspor kopi Indonesia dan faktor-faktor yang mempengaruhinya yaitu nilai tukar rupiah dan harga internasional pada tahun 2004 - 2018.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka terdapat beberapa indikator yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini, adapun rumusan masalah tersebut adalah sebagai berikut:

1. Apakah nilai tukar rupiah berpengaruh terhadap nilai ekspor kopi Indonesia tahun 2004 s.d 2018?
2. Apakah harga internasional berpengaruh terhadap nilai ekspor kopi indonesia tahun 2004 s.d 2018?
3. Apakah secara bersama-sama harga nilai tukar rupiah dan harga internasional berpengaruh terhadap nilai ekspor kopi Indonesia tahun 2004 s.d 2018?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh nilai tukar rupiah terhadap nilai ekspor kopi di Indonesia.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh harga internasional terhadap nilai ekspor kopi di Indonesia.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh nilai tukar rupiah dan harga internasional terhadap nilai ekspor kopi Indonesia Tahun 2004 s.d 2018.

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi peneliti
Bertambahnya ilmu pengetahuan dan wawasan terkait tema yang diteliti oleh peneliti.
2. Bagi Masyarakat
Memberikan informasi kepada masyarakat mengenai pengaruh nilai tukar rupiah dan harga internasional terhadap nilai ekspor kopi Indonesia tahun 2004 s.d 2018.
3. Bagi Akademisi
Sebagai bahan studi dan tambahan ilmu pengetahuan bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi yang ingin melakukan penelitian selanjutnya dan masukan bagi kalangan akademis dan peneliti yang tertarik untuk membahas mengenai topik yang sama.

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Perdagangan Internasional

1. Pengertian Perdagangan Internasional

Menurut Apridar perdagangan internasional adalah perdagangan yang dilakukan oleh penduduk suatu negara dengan penduduk lain atas dasar kesepakatan bersama. Penduduk yang dimaksud dapat berupa antar perorangan, antar individu dengan pemerintah suatu negara atau pemerintah suatu negara dengan pemerintah negara lain.¹ Perdagangan internasional merupakan proses pertukaran barang dan jasa antar agen ekonomi yang berada pada negara yang berbeda. Kegiatan perdagangan internasional pada dasarnya di gerakkan oleh insentif yang sama seperti halnya kegiatan perdagangan pada umumnya, yaitu keinginan untuk memperoleh manfaat/keuntungan dari kegiatan tersebut. Dalam teori keseimbangan perekonomian, persoalan ini mencakup dua kegiatan, yaitu ekspor dan impor barang maupun jasa.² Kehendak untuk melakukan perdagangan muncul karena adanya motif berdagang, yaitu untuk mendapatkan manfaat atau keuntungan dari perdagangan (*gains from trade*).

Perdagangan internasional terjadi karena terdapat dua alasan utama, *pertama*, negara-negara di belahan dunia melakukan perdagangan internasional karena setiap negara memiliki latar belakang yang berbeda satu dengan yang lain, setiap negara dapat memperoleh keuntungan dengan melakukan sesuatu yang relatif lebih baik. *Kedua*, negara-negara melakukan perdagangan dengan tujuan untuk mencapai skala ekonomi (*economies of scale*) dalam produksi. Jika setiap negara memproduksi barang-barang tertentu dalam skala yang lebih besar akan lebih efisien jika dibandingkan kalau negara tersebut memproduksi segala jenis barang.

¹Apridar, *Ekonomi Internasional : Sejarah, Teori, Konsep dan Permasalahan Dalam Aplikasinya ke 2*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), h. 74.

²Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi Pendekatan kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro*, (Surabaya: Rajawali Pers, 2005), h. 248.

2. Teori Perdagangan Internasional

1) Teori Klasik

a) Teori Keunggulan Mutlak (*Absolute Advantage*: Adam Smith)

Teori keunggulan absolut (*absolute advantage*) dikemukakan oleh Adam Smith dalam bukunya “*The Wealth of Nation* (1776)”.³ Teori keunggulan atau keuntungan *absolute* dari Adam Smith sering disebut dengan teori murni perdagangan internasional. Menurut Adam Smith, perdagangan antar dua negara didasarkan pada keunggulan absolute. Ketika suatu negara lebih efisien dari pada yang lain dalam memproduksi satu komoditas tetapi kurang efisien dari negara lain dalam memproduksi satu komoditas, kedua negara dapat mendapatkan manfaat dengan masing-masing mengkhususkan diri (spesialisasi) dalam produksi komoditas yang memiliki keunggulan *absolute* dan bertukar hasil dengan negara lain untuk komoditas yang memiliki kelemahan absolute.⁴

Menurut Putong keunggulan *absolute* adalah keuntungan yang diperoleh oleh suatu negara baik karena keunggulan atau kelebihan alamiah negaranya maupun karena kelebihan sumber daya manusianya sehingga produksi menjadi lebih efisien dibandingkan dengan negara lain.⁵ Teori *absolute advantage* Adam Smith menggunakan teori nilai tenaga kerja, menurut Adam Smith semakin banyak tenaga kerja yang digunakan akan semakin tinggi nilai barang tersebut (*labor theory of value*). Adam Smith menyederhanakan hal ini sebagai dasar penilaian harga output dalam satuan tenaga kerja dengan menggunakan tenaga kerja lebih sedikit dibanding output yang sama dihasilkan oleh negara lain.⁶

b) Keunggulan komparatif (*Comparative Advantage* – J.S Mill)

Munculnya pemikiran dari John S. Mill yang disebut sebagai teori keunggulan komparatif dapat dianggap kritik dan sekaligus usaha penyempurnaan/perbaikan terhadap teori keunggulan absolute. Dasar pemikiran

³Peter H. Linder, *Ekonomi Internasional-Edisi 9*, Terj. Agustinus Subekti (Jakarta: Bumi Aksara, 1994), h. 18.

⁴Salvatore Dominick, *Ekonomi Internasional-Edisi 9*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), h. 32.

⁵Iskandar Putong, *Economics – Pengantar Mikro dan Makro Edisi 5*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), h. 363.

⁶Syahrir Hakim Nasution, dkk. *Ekonomi Internasional*, cet 9. (Medan: USUPress, 2016), h. 18.

dari Mill maupun Ricardo mengenai penyebab terjadinya perdagangan antar negara pada prinsipnya tidak berbeda dengan dasar pemikiran dari Adam Smith. Perbedaannya hanya pada cara pengukuran keunggulan suatu negara, yakni dilihat dari komparatif biayanya, bukan perbedaan absolutnya. J.S Mill beranggapan bahwa suatu negara akan menghasilkan dan kemudian mengekspor suatu barang yang memiliki *comparative advantage* terbesar dan mengimpor barang yang memiliki *comparative disadvantage*, yaitu suatu barang yang dapat dihasilkan dengan lebih murah dan mengimpor barang yang kalau dihasilkan sendiri memakan ongkos yang besar.⁷

Teori ini pada dasarnya menyatakan bahwa nilai suatu barang ditentukan oleh banyaknya tenaga kerja yang dicurahkan untuk memproduksi barang tersebut. Makin banyak tenaga yang dicurahkan untuk memproduksi suatu barang, maka barang tersebut akan semakin mahal. Apabila nilai tukar dalam perdagangan itu sama dengan harga di dalam negeri salah satu negara, maka keuntungan karena perdagangan (*gains of trade*) tersebut hanya ada pada satu negara saja. Dengan demikian, maka teori *comparative advantage* dapat menerangkan berapa nilai tukar dan berapa keuntungan karena pertukaran dimana kedua hal ini tidak dapat diterangkan oleh teori *absolute advantage*.⁸

c) Biaya Relatif (*Comparative Cost*: David Ricardo)

Sumbangan utama David Ricardo terhadap pemahaman mengenai perdagangan internasional adalah bahwa menurutnya setiap negara dapat memperoleh keuntungan dari perdagangan internasional baik memiliki atau tidak memiliki keunggulan *absolute* nya sendiri. Tulisannya di abad 19 menunjukkan gagasan-gagasannya mengenai prinsip keunggulan komparatif yaitu bahwa setiap negara akan dapat memperoleh hasil dari perdagangannya dengan mengekspor barang-barang atau jasa yang merupakan keunggulan komparatif terbesarnya dan mengimpor barang-barang atau jasa yang bukan (kurang) merupakan keunggulan komparatifnya.⁹

⁷ Nopirin, *Ekonomi Internasional Edisi 3*, (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2016), h.11

⁸ *Ibid*, h. 16.

⁹ Peter H. Linder, *Ekonomi Internasional-Edisi 9*, Terj. Agustinus Subekti (Jakarta: Bumi Aksara, 1994), h. 24.

David Ricardo menerbitkan tulisannya mengenai *principles Of Political Economy dan Taxation*, yang mana ia menyajikan hukum keunggulan komparatif. Ini adalah salah satu hukum paling penting dalam bidang ekonomi. Titik pangkal teori Ricardo tentang perdagangan internasional adalah teorinya tentang nilai/*value*. Menurut dia nilai/*value* suatu barang tergantung dari banyaknya tenaga kerja yang dicurahkan untuk memproduksi barang tersebut (*labor cost value theory*).¹⁰

Theory of labor value menyatakan bahwa nilai atau harga suatu (*cost comparative*) produk ditentukan oleh jumlah waktu atau jam kerja untuk memproduksinya. Menurut teori *cost comparative advantage (labor eficiency)*, suatu negara akan memperoleh manfaat dari perdagangan internasional jika melakukan spesialisasi produksi dan mengekspor barang dimana negara tersebut dapat berproduksi relatif lebih efisien serta mengimpor barang dimana negara tersebut berproduksi relatif kurang/tidak efisien. Pada dasarnya teori *comparative cost* dan *comparative advantage* itu sama, hanya kalau pada teori:

- *Comparative advantage* untuk sejumlah tertentu tenaga kerja di masing-masing negara outputnya berbeda.
- Sedangkan *comparative cost*, untuk sejumlah output tertentu, waktu yang dibutuhkan berbeda antara satu negara dengan negara lain.

2) Teori Modern : Teori Hecksher – Ohlin

Mengutip kata-kata ohlin sendiri, teori Hecksher–Ohlin mengenai pola perdagangannya, menyebutkan bahwa komoditi yang dalam proses produksinya menuntut lebih banyak (faktor yang melimpah) dan lebih sedikit (faktor yang langka) akan diekspor untuk ditukarkan dengan komoditi yang dalam proses produksinya menuntut faktor-faktor dalam proporsi yang berlawanan. Jadi, secara tidak langsung, faktor-faktor dalam sediaan yang langka diimpor.¹¹

Menurut teori Hecksher – Ohlin atau teori H-O, perdagangan antar negara dapat terjadi karena adanya perbedaan jumlah atau proporsi faktor produksi yang dimiliki (*endowment factors*) masing-masing negara. selanjutnya faktor produksi

¹⁰Nopirin, *Ekonomi Internasional*, (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2016), h. 14.

¹¹Peter H, Linder, *Ekonomi Internasional Edisi 9*, h. 35-36.

menyebabkan terjadinya perbedaan harga barang yang dihasilkan. Oleh karena itu, teori modern H-O ini dikenal sebagai *The Proportional Factor Theory*. Negara-negara yang memiliki faktor produksi yang relatif banyak/murah dalam memproduksinya akan melakukan spesialisasi produksi dan mengekspor barang tersebut. Sebaliknya, masing-masing negara akan mengimpor barang tertentu jika negara tersebut memiliki faktor produksi yang relatif langka/mahal dalam memproduksinya.¹²

Berikut konsepsi yang dikemukakan oleh Heckscher-Ohlin:

- Bahwa pandangan internasional tidaklah banyak berbeda dan merupakan kelanjutan dari perdagangan antar daerah. Perbedaannya hanya terletak pada masalah jarak. Dengan dasar ini ohlin memberikan anggapan bahwa dalam perdagangan internasional, ongkos transportasi dapat diabaikan.
- Bahwa barang-barang yang diperdagangkan antar negara tidak didasarkan atas keuntungan alamiah atau keuntungan yang diperkembangkan. Keuntungan itu atas dasar proporsi dan intensitas faktor-faktor produksi yang digunakan untuk menghasilkan barang-barang itu.¹³

Setiap negara memiliki faktor produksi neo-klasik (tanah, tenaga kerja, modal) dengan perbandingan yang berbeda. Untuk menghasilkan suatu barang tertentu diperlukan kombinasi faktor tertentu pula. Dalam menghasilkan suatu barang produksi dimanapun juga sama. Namun porsi masing-masing faktor berlainan.

Batasan-batasan teori Heckscher-Ohlin :

- Suatu negara akan menghasilkan barang yang menggunakan faktor yang relatif banyak, sehingga harga barang-barang itu relatif murah karena ongkos produksinya relatif murah.
- Dengan mengutamakan produksi dan ekspornya pada barang-barang yang menggunakan faktor produksi yang relatif banyak, maka hanya faktor

¹²Apridar, *Ekonomi Internasional : Sejarah, Teori, Konsep dan Permasalahan Dalam Aplikasinya ke 2*, (Yogyakarta ; graha ilmu, 2012), h. 102.

¹³Wahyu Puji Astuti, *Ekspor dan Impor*, (Semarang: Mutiara Aksara, 2019), h. 11.

produksi yang relatif banyak akan naik. Dalam hal ini “relatif banyak” menunjukkan kepada jumlah fisiknya, bukan harga relatif.¹⁴

3. Perdagangan Internasional dalam Islam

Pada prinsipnya islam menganut sistem ekonomi pasar bebas.¹⁵ Dalam islam perdagangan internasional adalah sama dengan jual beli yaitu transaksi yang digunakan oleh pihak penjual dan pembeli atas suatu barang dan jasa yang menjadi objek transaksi jual beli. Dalam sejarah islam, praktik perdagangan internasional telah dilakukan oleh nabi Muhammad SAW dengan membawa barang dagangan Khadijah hingga ke negri Syam, ini lah yang menjadi bukti bahwa dalam islam perdagangan itu tidak terbatas.¹⁶

Ekonomi Islam memiliki konsep bahwa suatu pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan ekonomi bila prinsip persaingan bebas dapat berlaku secara normal. Persaingan bebas dalam hal ini adalah bahwa umat Islam menentukan sendiri tentang apa yang harus dikonsumsi dan diproduksi serta dibebaskan untuk memilih sendiri apa-apa yang dibutuhkan dan bagaimana cara memenuhinya. Imam al-Ghazali berpendapat bahwa persaingan bebas ini sebagai ketentuan alami atau pola pasar normal.¹⁷ Dalam pandangan islam, praktik perdagangan internasional yang telah berjalan selama ini pada umumnya tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip ekonomi islam, karena tujuan perdagangan internasional antar lain: menjaga dan mendukung kepentingan masyarakatnya sendiri dengan memprioritaskan pemenuhan kebutuhan, memastikan keadilan dari transaksi ekonomi yang sesuai dengan Syariah dan menguatkan umat dan melayani tujuan komunitas islam untuk bekerja sama untuk mencapai kesejahteraan di tingkat global.

Dalam kegiatan perdagangan internasional yang melibatkan dua negara atau lebih juga banyak menimbulkan berbagai macam permasalahan. Ada banyak kasus sengketa yang melibatkan dua negara atau lebih. Selain kasus sengketa,

¹⁴*Ibid*, h. 12

¹⁵Rozalinda, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, Cet-2, 2015), h. 153.

¹⁶Achmad Lubabul, “*Perdagangan Internasional*”, *Akademika*, Vol. 10, No. 2, Desember 2016.

¹⁷Siti Maisyarah, “*Pengaruh Nilai Tukar, Volume Ekspor, dan Bea Keluar Terhadap Harga Ekspor Pinang*” (Tesis, Program Pascasarjana UIN Sumatera Utara, 2019), h. 36.

yang paling membahayakan bagi sisi kemanusiaan adalah terjadinya pelanggaran etika perdagangan internasional. Pelanggaran etika yang terjadi di antaranya pemalsuan asal-usul barang komoditas ekspor maupun impor, perdagangan narkoba dan obat-obatan terlarang, praktek dumping yaitu diskriminasi harga dimana harga ekspor barang sejenis lebih rendah dari pada pasar domestik, perilaku *fraud*, *cyber crime*, perdagangan manusia dan perdagangan senjata ilegal. Terjadinya pelanggaran etika perdagangan internasional tersebut disebabkan salah satunya ketidak patuhan pelaku perdagangan dalam mengimplementasikan etika perdagangan internasional.

Islam melalui isyarat Alquran menuntun manusia kepada konsep etika perdagangan internasional. Dalam era globalisasi ini, kegiatan perdagangan internasional muncul dengan persaingan ketat yang mengakibatkan nilai-nilai etika seringkali terabaikan. Untuk menghadapinya, Alquran perlu dihadirkan sebagai pedoman dalam perdagangan internasional. Menurut Hakim Muda terdapat enam etika perdagangan dalam prinsip islam.

- 1) Internalisasi nilai-nilai spiritual keagamaan islam. Manfaat yang didapat oleh pedagang internasional bila menggunakan aspek spiritualitas, yaitu perdagangan internasional akan terjauh dari perilaku kecurangan, dapat meningkatkan produktifitas dan kinerja perdagangan internasional, perdagangan internasional tumbuh dan berkembang secara berkesinambungan,.
- 2) Penekanan kehalalan produk ekspor dan impor. Islam memperkenalkan konsep *halalan tayyiban* dalam menetapkan standar kualitas untuk makanan dan minuman. Konsep ini belakangan disarikan menjadi Sistem Jaminan Halal (SJH) yang dikembangkan oleh negara-negara yang berpenduduk mayoritas muslim.
- 3) Pencegahan praktek suap dan korupsi. Kasus suap menyuap di sektor perdagangan internasional disebabkan dua faktor yaitu faktor ketatnya kompetisi perdagangan dan faktor profit. Seperti ungkapan George Moody Stuart selubung terbesar satu-satunya untuk korupsi dalam perdagangan

adalah pemberian uang komisi, suap atau pelicin yang diberikan kepada pejabat publik.

- 4) Pencegahan praktek riba. Riba berarti mengambil tambahan dari harta pokok atau modal secara batil. Muhammad Syafi'i Antonio yang mengutip pendapat Ibn Al-Arabi, yang dimaksud batil adalah tidak adanya transaksi pengganti atau penyeimbang dalam bisnis atau komersial yang melegitimasi adanya penambahan tersebut secara adil. Riba bisa terjadi ketika pedagang meminjam uang untuk modal dan pengembaliannya sesuai waktu yang ditentukan dan harus diletakkan dari jumlah modal yang dipinjam.
- 5) Penerapan kesetaraan timbangan dan takaran. Hal yang perlu diperhatikan dalam perdagangan internasional adalah pelaku perdagangan internasional harus menerapkan sikap kejujuran dalam takaran dan timbangan, Kedua menjual barang yang baik mutunya. Ketidak tranfaran dalam mutu merupakan persoalan yang tidak etis karena mengabaikan tanggung jawab moral dalam perdagangan.
- 6) Penerapan akuntansi syariah dalam ekspor dan impor. Dalam perdagangan internasional penulisan administrasi pembukuan dalam seluruh aspek sangat dibutuhkan guna menghindari terjadinya sengketa perdagangan internasional.¹⁸

Perdagangan merupakan salah satu cara untuk mendapatkan harta dan disebut juga sebagai bagian dari *usul al-maqasib* (sumber-sumber usaha). dalam islam banyak ayat yang berbicara tentang larangan mengkonsumsi harta dengan cara yang batil. Bentuk batil ini sangat banyak, adapun perdagangan yang batil jika didalamnya terdapat unsur MAGHRIB. Lebih luas dari itu perbuatan yang melanggar *nash-nash syari'* juga dipandang sebagai batil seperti mencuri, merampok, korupsi dan sebagainya.¹⁹

¹⁸Hakim Muda Harahap, *Epistemologi Etika Perdagangan Internasional dalam Konsep Al-ur'an*, Jurnal Studi Al-Qur'an dan Hadist, Vol 3, No. 2 2019, h. 228-235.

¹⁹Azhari Akmal Tarigan, *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Al-Qur'ani*, (Medan: CiptaPustaka Media Perintis. 2012). Goole Schoolar, web, 20 Juli 2020, h. 252.

B. Ekspor

1. Pengertian Ekspor

Menurut Apridar, ekspor adalah proses pemindahan suatu barang atau komoditas dagang dari satu negara ke negara lain secara legal, dan pada umumnya diperlukan kerja sama dari bea cukai baik di negara pengirim (eksportir) maupun di negara penerima (importir). Sedangkan menurut Sukirno menjelaskan bahwa ekspor merupakan proses transport barang dan komoditas dari satu negara ke negara lainnya. Jadi dapat disimpulkan pengertian ekspor adalah kegiatan mengeluarkan/menjual barang dari dalam negeri keluar negeri.²⁰ Dalam hal ini ekspor memiliki pengertian yakni kegiatan perdagangan yang dilakukan untuk menjual barang ataupun jasa keluar negeri, dalam upaya memperoleh keuntungan.

Dalam era perdagangan internasional (perdagangan bebas dan persaingan bebas) baik secara bilateral (antara dua bangsa/negara), multilateral (antara berbagai negara) maupun regional (antara beberapa negara dengan negara lain dalam satu kawasan), memunculkan perdagangan antar perorangan, perusahaan nasional maupun multinasional, untuk melakukan perjanjian jual beli barang dan jasa. Hal inilah yang menyebabkan adanya kegiatan perdagangan ekspor impor.

Kegiatan ekspor yang dilakukan oleh pengusaha atau perorangan dapat membawa keuntungan bagi negara, keuntungan itu berupa devisa, semakin banyak ekspor yang dilakukan maka semakin besar devisa yang didapat oleh negara.²¹ Kesimpulannya ekspor merupakan sumber devisa ditambah perluasan pasar bagi produksi barang domestik dan perluasan tenaga kerja. Pada dasarnya devisa yang diperoleh berupa mata uang asing digunakan dalam meningkatkan PDB (produk domestik bruto) dan pertumbuhan ekonomi. Dalam teori Thomas Munn (Tokoh ekonomi klasik) menyatakan perdagangan internasional akan menguntungkan neraca pembayaran suatu negara asalkan mencapai $X > M$ (Ekspor lebih besar dari Impor). Peranan sektor ekspor antara lain:

²⁰Lalan , Edy Yulianto dan Wilopo, *Pengaruh Produksi dan Nilai Tukar Terhadap Volume Ekspor Jahe Periode 1994-2013*, Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 25 No.1 Agustus 2015, h.3.

²¹Wahyu Puji Astuti, *Ekspor dan Impor*, (Semarang: Mutiara Aksara, 2019), h 16-17.

- 1) Memperluas pasar diseberang lautan bagi barang-barang tertentu, seperti yang ditekankan oleh para ahli ekonomi klasik, suatu industri dapat tumbuh dengan cepat jika industri itu dapat menjual hasilnya diseberang lautan daripada hanya dalam pasar negeri yang sempit.
- 2) Ekspor menciptakan permintaan efektif yang baru. Akibatnya barang-barang dipasar dalam negeri mencari inovasi yang ditujukan untuk menaikkan produktivitas.
- 3) Perluasan kegiatan ekspor mempermudah pembangunan, karena industri tertentu tumbuh tanpa membutuhkan investasi dalam kapital sosial sebanyak yang dibutuhkan seandainya barang-barang tersebut akan dijual didalam negeri, misalnya karena sempitnya pasar dalam negeri akibat tingkat pendapatan riil yang rendah atau hubungan transportasi yang memadai.

Dengan demikian, selain menambah peningkatan produksi barang untuk dikirim keluar negeri, ekspor juga menambah permintaan dalam negeri. Sehingga secara tidak langsung permintaan luar negeri mempengaruhi industri dalam negeri untuk menggunakan faktor produksinya. Misalnya modal dan juga menggunakan metode produksi yang lebih murah dan efisien sehingga harga dan mutu dapat bersaing di pasar internasional. Menurut Gilarso ada beberapa langkah yang dapat diambil pemerintah untuk meningkatkan ekspor, seperti:

- 1) Diversifikasi ekspor, yaitu penambahan jenis komoditas yang diekspor dan penambahan mutu barang ekspor melalui pengolahan bahan baku menjadi barang setengah jadi sehingga menambah nilai barang.
- 2) Subsidi dan premi ekspor, seperti pemberian keringanan pajak dan tarif angkut yang murah. Pemberian hadiah (insentif/premi) sebagai pendorong produksi komoditas ekspor.
- 3) Pengendalian harga dalam negeri, dilakukan pemerintah untuk menjaga kestabilan harga domestik saat terjadi inflasi dengan cara membatasi ekspor.
- 4) Devaluasi, agar harga komoditas ekspor menjadi murah di mata negara pengimpor.

- 5) Perjanjian Internasional, suatu perjanjian antar negara untuk semakin memperlancar proses perdagangan internasional.²²

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ekspor

Ekspor adalah salah satu komponen pengeluaran agregat. Oleh sebab itu ekspor dapat mempengaruhi tingkat pendapatan nasional yang akan dicapai. Apabila ekspor bertambah, maka pengeluaran agregat bertambah tinggi dan selanjutnya akan menaikkan pendapatan nasional. Akan tetapi sebaliknya pendapatan nasional tidak dapat mempengaruhi ekspor. Ekspor belum tentu bertambah apabila pendapatan nasional bertambah, atau ekspor dapat mengalami perubahan walaupun pendapatan nasional tetap. Dengan demikian ekspor mempunyai bentuk yang sama dengan fungsi investasi dan fungsi pengeluaran pemerintah.

Berdasarkan uraian diatas maka ekspor juga digolongkan sebagai pengeluaran otonomi oleh karena pendapatan nasional bukanlah penentu penting dari tingkat ekspor yang dicapai suatu negara. Daya saing di pasaran luar negeri, keadaan ekonomi di negara-negara lain, kebijakan proteksi di negara luar, pendapatan dan kurs valuta asing merupakan faktor utama yang akan menentukan kemampuan suatu negara mengekspor ke luar negeri. Ekspor yang akan dilakukan sesuatu negara bergantung kepada banyak faktor. Menurut Soekartawi terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi ekspor, yaitu:

- 1) Harga internasional, makin besar selisish antar harga di pasar internasional dengan harga domestik akan menyebabkan jumlah komoditi yang akan di ekspor menjadi bertambah banyak.
- 2) Nilai tukar rupiah (*exchange rate*), nilai tukar bertujuan untuk memperbaiki neraca pembayaran negara yang defisit melalui ekspor yang ditingkatkan. Dapat dicontohkan saat nilai tukar mata uang rupiah mengalami devaluasi atau melemah terhadap US Dollar, ekspor Indonesia cenderung meningkat karena harga komoditas yang menjadi murah di pasar global.
- 3) Kuota ekspor-impor, dengan adanya kuota ekspor bagi negara produsen komoditi tertentu maka ekspor komoditi tersebut akan mengalami hambatan

²² Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro*, (Yogyakarta: Kanisius, 2004), h. 315.

terutama bagi negara-negara penghasil komoditi yang jumlahnya relatif sedikit.

- 4) Kebijakan tarif dan nontarif, kebijakan tarif biasanya dikenakan untuk komoditi impor atau komoditi substitusi impor, tujuannya untuk menjaga harga produk dalam negeri. Disamping kebijakan tarif, juga dikenal kebijakan non tarif. Maksudnya untuk mendorong tujuan diversifikasi tujuan ekspor.²³

Sedangkan menurut Mankiw ekspor dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

- 1) Kemampuan suatu negara dalam memproduksi barang ekspor dimana mutu, kualitas dan harga sangat diperhitungkan.
- 2) Selera konsumen terhadap barang-barang produksi dalam negeri dan luar negeri.
- 3) Harga barang didalam dan di luar negeri .
- 4) Nilai tukar.
- 5) Pendapatan konsumen.
- 6) Biaya transportasi barang.
- 7) Kebijakan pemerintah terkait dengan perdagangan internasional.²⁴

C. Permintaan dan Penawaran

Teori dasar perdagangan adalah hasil interaksi antara permintaan dan penawaran atau sediaan yang terus menerus bersaing. Inilah konsep *demand* dan *supply* dalam dunia perdagangan.²⁵ Pada dasarnya perdagangan internasional terjadi karena adanya aliran barang dari negara yang mempunyai *excess supply* ke negara yang mempunyai *excess demand*. Proses inilah yang menyebabkan terjadinya suatu transaksi perdagangan antar satu negara. Tujuan dari transaksi perdagangan tersebut tidak lain adalah bagi negara pengimpor dapat memperoleh

²³Soekartawi, *Agribisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, cet-10, 2013), h. 122-123.

²⁴N.G. Mankiw, *Mako Ekonomi Edisi Keenam*, Terj. Fitria Liza dan Imam Nurmawan. (Jakarta : Erlan gga, 2006), h. 320.

²⁵Peter H Linder, *Ekonomi Internasional-Edisi 9*, Terj. Agustinus Subekti, (Jakarta: Bumi aksara, 1994), h.17.

barang dengan harga yang lebih murah dibandingkan harus memproduksi sendiri barang tersebut. Sedangkan keuntungan bagi negara pengekspor adalah dapat memperluas pangsa pasar dan meningkatkan devisa.

Dalam praktek ilmu ekonomi sehari-hari, perilaku permintaan dan penawaran relatif mendominasi dalam perekonomian baik dalam skala mikro maupun makro. Kekuatan permintaan dan daya dorong penawaran berdampak pada tingkat kemakmuran suatu rumah tangga, masyarakat atau negara.

1. Pengertian Permintaan

Yang dimaksud dengan permintaan adalah banyaknya jumlah komoditi yang diminta (keseluruhan jumlah komoditi yang diminta) pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu pada tingkat pendapatan tertentu dan dalam periode tertentu.²⁶ Permintaan terhadap suatu barang dan jasa diartikan kuantitas barang dan jasa yang orang lain bersedia untuk membelinya pada berbagai tingkat harga dalam suatu periode tertentu. Kemampuan tersebut sering kali diberi istilah daya beli. Jadi, konsep permintaan terhadap barang dan jasa hanya memperhatikan konsumen yang memiliki preferensi dan daya beli sekaligus. Oleh karena itu, teori permintaan (*demand*) adalah jumlah barang yang ingin dibeli konsumen pada tingkat harga tertentu.²⁷

Teori permintaan menerangkan tentang ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi permintaan seorang individu atau masyarakat terhadap suatu komoditi diantaranya adalah : 1). Harga komoditi yang dimaksud, 2). Tingkat pendapatan rata-rata, 3). Jumlah populasi/jumlah penduduk, 4). Komoditi substitusi dan harganya, 5). Distribusi, 6). Estimasi/prediksi, 7). Selera, 8). Non fungsional. Apabila faktor-faktor pada poin. Hukum permintaan menyatakan makin rendah harga suatu barang/jasa maka semakin banyak permintaan terhadap barang/jasa tersebut. Sebaliknya, semakin

²⁶Muhammad Ridwan, Isnaini Harahap dan Yusrizal, *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro*, (Bandung, Cita Pustaka Media, 2013). Google scholar, web, 18 Desember 2019, h. 42.

²⁷Rozalinda, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, Cet-2, 2015), h. 65-66.

tinggi harga barang/jasa maka semakin rendah permintaan suatu barang/jasa tersebut.²⁸

Permintaan terhadap suatu barang tidak hanya dipengaruhi oleh harga barang. Banyak faktor yang mempengaruhi permintaan suatu barang selain harga barang itu sendiri. Perubahan pada faktor-faktor selain harga akan menyebabkan kurva permintaan bergeser, adapun arah pergeseran adalah ke kiri ataupun ke kanan tergantung pada efek perubahan masing-masing variabel terhadap jumlah permintaan pada tahap harga tertentu. Misalnya pendapatan masyarakat meningkat. Dalam keadaan seperti ini kurva bergeser ke kanan sebaliknya apabila pendapatan masyarakat menurun, permintaan terhadap barang kebutuhan juga menurun.²⁹

2. Pengertian Penawaran

Penawaran (*supply*) adalah jumlah barang yang ingin dijual dengan harga tertentu.³⁰ Dalam teori ekonomi, penawaran dapat diartikan sebagai keseluruhan jumlah barang dan jasa yang ditawarkan dalam berbagai kemungkinan harga yang berlaku dipasar dalam satu periode. Dari pemahaman tersebut, terdapat dua variabel ekonomi yaitu jumlah barang dan jasa yang ditawarkan atau di jual dan tingkat harga barang dan jasa itu sendiri.³¹ Dan menurut Iskandar Putong, yang dimaksud dengan penawaran adalah banyaknya jumlah komoditi yang ditawarkan pada suatu pasar tertentu dengan tingkat harga tertentu pada tingkat biaya tertentu dan jumlah priode tertentu.³²

Dalam hukum penawaran dinyatakan bagaimana keinginan para penjual untuk menawarkan barangnya pada harganya tinggi dan bagaimana pula keinginan untuk menawarkan barang tersebut pada harganya rendah. Hukum penawaran pada dasarnya mengatakan bahwa: semakin tinggi harga suatu barang,

²⁸M. Ridwan, Imsar dan Muhammad Syahbudi. *Ekonomi Mikro Islam II*, (Diktat Febi Uinsu, 2017). Google scholar, web, 6 Januari 2020, h. 14.

²⁹Iskandar Putong, *Economics: Pengantar Mikro dan Makro – Edisi 5*, h. 70.

³⁰ Muhammad Ridwan, Isnaini Harahap dan Yusrizal, *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro*, (Bandung, Cita Pustaka Media, 2013). Google scholar, web, 18 Desember 2019, h. 48.

³¹Rexsi Nopriyandi dan Haryadi, “*Analisis Ekspor Kopi Indonesia*”, dalam *Jurnal Paradigma Ekonomi*, Vol.12 No. 1, Januari-Juni 2017, ISSN: 2085-1960, h.4.

³²Iskandar Putong, *Pengantar Mikro dan Makro*, (Jakarta : Mitra Wacana Media, 2013), h. 54.

semakin banyak jumlah barang yang ditawarkan oleh para penjual. Sebaliknya, makin rendah harga suatu barang maka semakin sedikit jumlah barang ditawarkan.³³

Perbedaan yang mendasar antara permintaan dan penawaran adalah dalam permintaan menggunakan kata membeli, dalam penawaran menggunakan kata-kata menjual. Hubungan antara jumlah barang yang ditawarkan dengan harga adalah hubungan searah. Jika harga barang tinggi, barang yang ditawarkan akan meningkat. Sebaliknya apabila harga barang turun maka barang yang akan ditawarkanpun akan sedikit.³⁴

3. Permintaan dan Penawaran dalam Islam

Teori permintaan (*demand*) atau yang diistilahkan Ibnu Taimiyah (1263-1328) dengan *raghabat fi al-syai* (keinginan terhadap sesuatu) merupakan salah satu faktor pertimbangan dari permintaan. Permintaan terhadap suatu barang dan jasa diartikan kuantitas barang dan jasa yang orang lain bersedia untuk membelinya pada berbagai tingkat harga dalam suatu periode tertentu. Menurut Ibn Taimiyah ada beberapa faktor yang berpengaruh terhadap permintaan terhadap suatu barang dan pengaruhnya terhadap harga, yaitu:

- a. Harga barang itu sendiri dan barang substitusi. Jika harga barang tinggi, permintaan terhadap barang akan turun. Sebaliknya jika harga barang rendah, permintaan terhadap barang akan meningkat.
- b. Keinginan penduduk terhadap jenis barang yang berbeda dan berubah-ubah. Keinginan ini tergantung pada berlimpah atau terbatasnya stok barang (*mathlub*), biasanya bila stoknya menipis maka permintaan penduduk terhadap barang itu meningkat ketimbang bila stok barang berlimpah.
- c. Perubahan juga bergantung pada jumlah konsumen, jika jumlah konsumen yang minat terhadap suatu barang meningkat, maka harga akan naik dan sebaliknya.

³³Rozalinda, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), h. 73.

³⁴*Ibid*, h. 74-75.

- d. Harga juga dipengaruhi oleh menguat atau melemahnya tingkat kebutuhan atas suatu barang, jika kebutuhan tinggi harga juga akan tinggi.
- e. Harga juga dipengaruhi oleh tujuan dari kontrak jual beli, jika pembayaran dilakukan secara tunai maka harga akan turun, namun jika jual beli dilakukan dengan pembayaran tangguh, maka harga akan naik.
- f. Pendapatan rumah tangga dan pendapatan rata-rata masyarakat.³⁵

Dalam masalah teori permintaan, Ibn Taimiyah (1263-1328) menyatakan, harga bisa naik karena penurunan jumlah barang yang tersedia disertai peningkatan permintaan. Harga akan turun bila terjadi kelebihan *supply* sementara permintaan menurun. Penurunan jumlah barang yang tersedia berarti jatuhnya *supply*, meningkatnya penduduk menyebabkan terjadinya permintaan, karena itu, bisa dikatakan sebagai naiknya permintaan. Naiknya harga karena jatuhnya *supply* atau pun naiknya permintaan. Menurut Ibnu Taimiyah, dalam keadaan seperti ini mengindikasikan mekanisme pasar berjalan secara alami. Namun ketika kenaikan harga karena ketidakadilan, seperti penimbunan barang (*ihthikar*) dibutuhkan regulasi harga oleh pemerintah. Atau intervensi harga bila *supply* tidak ada. Seperti yang dilakukan Umar bin Khattab ketika mengimpor gandum dari Mesir untuk mengendalikan harga gandum di Madinah.³⁶

Teori penawaran selalu memfokuskan perhatiannya pada hubungan antara tingkat harga dengan jumlah barang yang ditawarkan. Berdasarkan hukum permintaan dan penawaran kaum klasik, ternyata Abu Yusuf (113 H-182 H/731 M-798 M) lebih melihat pada realitas yang ada ditengah masyarakat. Abu Yusuf menyatakan pada kenyataannya tidak selalu terjadi, bahwa apabila persediaan barang sedikit, maka harga barang akan mahal, dan apabila persediaan barang melimpah, harga akan murah. Menurutnya, “kadang-kadang makanan berlimpah, tetapi tetap mahal dan kadang-kadang makanan sangat sedikit tetapi murah”. Ini

³⁵ Rozalinda, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, Cet-2, 2015), h.69.

³⁶ *Ibid*, h.69-70.

karena harga tidak tergantung pada permintaan saja, tetapi juga bergantung pada kekuatan penawaran.³⁷

Dalam kitab *al-kharaj*, Ibn Yusuf menjelaskan tidak ada batasan tertentu tentang murah dan mahal yang dapat dipastikan. Hal tersebut ada yang mengaturnya. Abu Yusuf membantah kesan umum dari hubungan negatif antara penawaran dan tingkat harga. Dalam realita di lapangan memang benar bahwa harga tidak hanya bergantung pada penawaran semata, sebagaimana hal tersebut juga terjadi pada hukum permintaan. Kenyataan ini sering dilihat pada momen Hari Raya Idul Fitri. Walaupun harga pakaian dan sebagainya mahal, namun permintaan terhadap barang-barang tersebut tetap tinggi. Walaupun stok barang melimpah menjelang hari raya namun, karena tingginya permintaan terhadap makanan, pakaian dan sebagainya tetap mahal. Pernyataan diatas secara implisit menyatakan, bahwa harga bukan hanya ditentukan oleh penawaran saja, tetapi juga permintaan terhadap barang.

D. Nilai Tukar

1. Pengertian Nilai Tukar

Exchange Rate (nilai tukar uang) atau yang lebih populer dikenal dengan sebutan kurs mata uang adalah catatan (*quotation*) harga pasar dari mata uang asing (*foreign currency*) dalam harga mata uang domestik (*domestic currency*) atau resiprokalnya, yaitu harga mata uang domestik dalam mata uang asing.³⁸ Nilai tukar mata uang adalah macam pertama dari harga yang dimiliki uang suatu negara. Kurs valuta asing atau kurs mata uang asing menunjukkan harga atau nilai mata uang suatu negara dinyatakan dalam nilai mata uang negara lain.³⁹ Teori lain mengenai kurs diantaranya, menurut Mankiw “kurs (*exchange rate*) antara dua negara adalah tingkat harga yang disepakati penduduk kedua negara untuk saling

³⁷ *Ibid*, h. 76.

³⁸ Adiwarmanto Karim, *Ekonomi Makro Islam-Edisi ke 2*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2007), h. 157.

³⁹ Sadono Sukirno, *Makro Ekonomi – Teori Pengantar Edisi Ketiga*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2012), h. 397.

melakukan perdagangan”.⁴⁰ Berdasarkan teori tersebut dapat disimpulkan bahwa kurs merupakan besaran mata uang domestik yang dipakai dalam mendapatkan satu unit nilai mata uang asing. Kurs antar negara lain akan berbeda dan beragam dikarenakan oleh pemerintah dan penawaran terhadap mata uang pada pasar bebas ataupun dikarenakan oleh kebijakan pemerintah.

Soekartawi menyatakan bahwa nilai tukar merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi ekspor. Nilai tukar bertujuan untuk memperbaiki neraca pembayaran negara yang defisit melalui ekspor yang ditingkatkan. Dapat dicontohkan saat nilai tukar mata uang rupiah mengalami devaluasi atau melemah terhadap US Dollar, volume ekspor Indonesia cenderung meningkat karena harga komoditas yang menjadi murah dipasar global. Sebaliknya saat nilai tukar rupiah mengalami revaluasi atau menguat terhadap US Dollar, Volume ekspor Indonesia cenderung menurun karena harga komoditas menjadi mahal dipasar global.⁴¹

2. Jenis-jenis Nilai Tukar

Kurs biasa disebut sebagai valuta asing atau nilai tukar mata uang suatu negara terhadap mata uang negara lain. Para ekonomom membedakan kurs menjadi dua : kurs nominal dan kurs riil. **Kurs nominal** (*nominal exchange rate*) adalah harga relatif dari mata uang dua negara. Sebagai contoh, jika kurs antara dolar AS dan yen Jepang adalah 120 yen per dolar, maka kita bisa menukar 1 dollar untuk 120 yen di pasar uang. Masyarakat Jepang yang ingin memiliki dollar akan membayar 120 yen untuk setiap dollar yang ia bayar, begitu pula sebaliknya. Ketika orang-orang mengacu pada kurs diantara kedua negara, mereka biasanya mengartikan sebagai kurs nominal. Dan **Kurs riil** (*real exchange rate*) adalah harga relatif dari barang-barang diantara dua negara. Kurs riil menyatakan tingkat dimana kita bisa memperdagangkan barang-barang dari suatu negara untuk barang-barang dari negara lain. Kurs riil kadang-kadang disebut *term of trade*.⁴²

⁴⁰N.G. Mankiw, *Mako Ekonomi Edisi Keenam*, Terj. Fitria Liza dan Imam Nurmawan (Jakarta : Erlangga, 2006), h. 128

⁴¹Soekartawi, *Agribisnis: Teori dan Aplikasinya*, (Jakarta: Raja Grafindo, cet-8, 2005), h. 122.

⁴²N.G. Mankiw, *Mako Ekonomi Edisi Keenam*, Terj. Fitria Liza dan Imam Nurmawan (Jakarta : Erlangga, 2006), h. 128

Setiap negara memiliki mata uang yang berbeda dengan negara lainnya. Dari beberapa banyak mata uang yang beredar di dunia hanya terdapat beberapa mata uang yang sering dipergunakan sebagai satuan hitung dan banyak dicari dalam transaksi perdagangan dan alat pembayaran internasional. Mata uang yang dimaksud umumnya adalah mata uang yang berasal dari negara-negara maju yang perekonomiannya kuat dan relatif stabil, dan biasanya mata uang tersebut sering mengalami apresiasi (kenaikan nilai) dibandingkan dengan mata uang lainnya. Mata uang itu di antaranya adalah Yen-Jepang, USD-AS, Deutchmark-Jerman, Poundsterling-Inggris, Franc-Prancis dan lain sebagainya. Mata uang yang dimaksud diatas itulah yang sering disebut sebagai *hard currency*. Berbeda dengan *hard currency*, maka terdapat juga mata uang yang jarang digunakan sebagai alat pembayaran dan kesatuan hitung serta nilainya sering mengalami depresiasi (penurunan nilai). Mata uang ini disebut dengan *soft currency*. Umumnya mata uang ini berasal dari negara-negara yang sedang berkembang, perekonomiannya relatif baru dan sedang tumbuh, misalnya Indonesia, Malaysia, Philipina dan lain sebagainya.⁴³

3. Sistem Nilai tukar

Menurut Iskandar Putong sistem nilai tukar yang pernah ada dan sedang diperaktekkan adalah:

a. *Sistem nilai kurs tetap (FIER)*

Sistem nilai tukar tetap adalah sistem nilai tukar yang menetapkan nilai tukar uang asing terhadap mata uang negara yang bersangkutan dengan nilai tertentu yang selalu sama dalam periode tertentu (artinya tidak terpengaruh oleh konjungtur ekonomi).

b. *Sistem kurs mengambang (Floating Exchange Rate-FER)*

Dalam sistem ini nilai tukar ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran pada pasar uang secara resmi. Pada sistem ini terdapat dua macam sistem yaitu, *clean float* (mengambang murni) dan *dirty float*

⁴³Iskandar Putong, *Economics-Pengantar Mikro dan Makro*, (Jakarta : Mitra Wacana Media, 2013), h. 366-367.

(mengambang terkendali). *Clean float* adalah penentuan nilai mata uang tanpa adanya campur tangan dari pemerintah, sedangkan *dirty float* adalah pemerintah ikut serta mempengaruhi penentuan nilai mata uang. Campur tangan pemerintah biasanya secara langsung masuk ke pasar uang dengan kebijakan moneter kuantitatif dan kebijakan fiskalnya, ataupun yang bersifat tidak langsung seperti himbauan dan semacamnya.

c. *Sistem kurs terkait (Pegged Exchange Rate-PER)*

Sistem nilai tukar terkait adalah sistem nilai tukar yang dikaitkan dengan nilai mata uang negara lain, atau sejumlah mata uang tertentu.⁴⁴

Bila sebelumnya uang hanya sebagai perantara maka kini uang selain tetap sebagai fungsi utamanya juga sebagai komoditi yang diperdagangkan. Akan halnya komoditi yang sudah lazim diperdagangkan berlaku padanya mekanisme pasar yaitu teori permintaan dan penawaran. Secara umum, faktor yang mempengaruhi kurs valuta asing adalah permintaan dan penawaran valas, tingkat inflasi, tingkat bunga, tingkat pendapatan dan produksi, neraca pembayaran luar negeri, pengawasan pemerintah, dan perkiraan/spekulasi.⁴⁵

4. Nilai Tukar dalam Islam

Valuta asing dalam istilah bahasa Inggris dikenal dengan *foreign exchange*, sedangkan dalam istilah Arab disebut *al-sharf*. *Al-sharf* secara etimologi artinya *al-ziyadah* (penambahan), *al-'adl* (seimbang), *al-hilah* (pemalingan), penukaran, atau transaksi jual beli. Wahbah al-Zuhaili berpendapat *sharp* adalah jual beli mata uang dengan mata uang lain baik sejenis maupun tidak sejenis. Yakni jual beli dinar dengan dinar, dirham dengan dirham, atau dinar dengan dirham secara tunai.⁴⁶ Dengan demikian *al-sharf* adalah perjanjian jual beli satu valuta dengan valuta lainnya. Valas atau *al-sharf* secara bebas diartikan sebagai mata uang yang dikeluarkan dan digunakan sebagai alat pembayaran yang sah di negara lain, seperti dollar Amerika, poundsterling Inggris, ringgit Malaysia dan sebagainya.

⁴⁴*Ibid*, h. 367-368.

⁴⁵*Ibid*, h. 368-371.

⁴⁶Rozalinda, *Fiqh Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 109.

Menurut Taqiyuddin An-Nabani pertukaran mata uang dengan mata uang lain yang berbeda jenisnya, seperti pertukaran emas dengan perak, pertukaran pounsterling dengan Dollar, rubel dengan franc hukumnya mubah dengan syarat sama-sama diserahkan di tempat. Perhitungan yang satu atas yang lain itulah yang dinamakan kurs pertukaran mata uang. Jadi, kurs pertukaran mata uang adalah perhitungan pertukaran antara dua mata uang yang berbeda jenisnya. Pertukaran mata uang dengan mata uang lain yang sejenis disyaratkan sama persis berat dan jenisnya dan sama sekali tidak boleh melebihi satu atas yang lain. Sebab tindakan semacam ini merupakan riba, dan hukumnya haram, seperti pertukaran emas dengan emas yang lain, termasuk pertukaran uang kertas yang nilainya bisa ditukar menjadi emas dengan emas. Karena itu dalam semacam ini tidak berlaku kurs mata uang.⁴⁷

Pada jual beli valuta asing ada unsur yang mesti dipenuhi untuk dapat terjadinya transaksi yaitu adanya ijab dan kabul. Para pihak yang melakukan transaksi haruslah orang yang mempunyai wewenang dalam melakukan tindakan-tindakan hukum menurut jumhur ulama fikih, persyaratan yang harus dipenuhi dalam jual beli mata uang adalah:

- 1) Adanya penguasaan (*taqabudh*) terhadap objek akad oleh kedua orang yang berakad sebelum berpisah, artinya tunai. Menurut Abdurrahman al-Jaziri, apabila akad *sharf* dilakukan dengan pembayaran tangguh (*ta'jil*) maka jual belinya tidak sah.
- 2) Sama nilainya, apabila jual beli dilakukan terhadap mata uang yang sejenis, seperti dinar dengan dinar, dirham dengan dirham maka harus sama nilainya dan setimbang, sekalipun berbeda bentuknya.
- 3) Tidak ada hak *khiyar* pada akad.
- 4) Tidak ada pembayaran tunda (tenggang waktu).⁴⁸

Kebijakan nilai tukar uang dalam islam dapat dikatakan menganut sistem *Managed Floating*, dimana nilai tukar adalah hasil dari kebijakan-kebijakan pemerintah (bukan merupakan cara atau kebijakan itu sendiri) karena pemerintah

⁴⁷Ja'far Nasution, " *Konsep Pertukaran mata uang Menurut Teori Taqiyuddin An-Nabani (1909-1997)*". (Tesis, Program Pascasarjana IAIN Sumatera Utara, 2014), h. 79.

⁴⁸Rozalinda, *Fiqh Ekonomi Syariah*, h. 111-112.

tidak mencampuri keseimbangan yang terjadi di pasar kecuali terjadi hal-hal yang mengganggu keseimbangan itu sendiri) karena pemerintah tidak mencampuri keseimbangan yang terjadi dipasar kecuali terjadi hal-hal yang mengganggu keseimbangan itu sendiri. Jadi bisa dikatakan bahwa suatu nilai tukar yang stabil adalah merupakan hasil dari kebijakan pemerintah yang tepat.⁴⁹

Menurut An-Nabhani apabila aktivitas pertukaran tersebut sempurna, kemudian salah seorang diantara mereka ingin menarik kembali, maka tindakan semacam ini tidak diperbolehkan bila akad dan penyerahannya sudah sempurna, kecuali disana terjadi penipuan yang keji (*ghabu fasihi*), atau cacat maka boleh. Nilai tukar kurs dapat berubah dari waktu ke waktu sebagai akibat perubahan nilai atau dinamakan perubahan harga relatif (merujuk pada inflasi berarti harga nominal atau perubahan dari seluruh harga, sedangkan perubahan harga relatif tidak semua harga barang berubah). Dalam hal ini berada pada tingkat harga yang naik cepat, naik lebih lambat bahkan ada yang turun. Ilustrasi kurs dapat berubah karena perubahan harga relatif. Jadi dapat dikatakan perubahan tingkat harga maupun kurs dipengaruhi oleh banyak faktor.

Dalam perspektif Islam, aktivitas perdagangan valuta asing harus terbebas dari unsur *riba*, *maisir* dan *gharar*. Dalam pelaksanaannya haruslah memerhatikan beberapa batasan, yaitu pertukaran tersebut harus dilakukan secara tunai (*spot*), motif pertukaran adalah untuk kegiatan bisnis sektor riil bukan spekulasi, harus dihindari jual beli bersyarat, transaksi berjangka harus dilakukan dengan pihak-pihak yang diyakini mampu menyediakan valas yang dipertukarkan, dan terakhir tidak dibenarkan jual beli tanpa hak kepemilikan (*ba'i al-fudhului*).⁵⁰

5. Hubungan Nilai Tukar Rupiah Terhadap Nilai Ekspor

Dalam sistem kurs mengambang, depresiasi atau apresiasi nilai mata uang akan mengakibatkan perubahan terhadap ekspor maupun impor. Jika kurs mengalami depresiasi, yaitu nilai mata uang dalam negeri menurun terhadap mata uang asing, maka ekspor akan meningkat. Dengan kata lain apabila nilai kurs

⁴⁹Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Makro Islam-Edisi ke 2*, (Jakarta: Rajawali pers, 2007), h. 168

⁵⁰Rozalinda, *Fiqh Ekonomi Syariah*, h. 113.

dollar meningkat maka ekspor akan meningkat, hal ini dikarenakan harga barang dalam negeri dipandang relatif murah dibanding harga barang diluar negeri. Jadi kurs memiliki hubungan yang searah dengan nilai ekspor. Apabila nilai kurs dollar meningkat, maka nilai ekspor juga akan meningkat.

Perubahan nilai tukar dapat mengubah harga relatif suatu produk menjadi lebih mahal atau lebih murah, sehingga nilai tukar digunakan sebagai alat untuk meningkatkan daya saing (mendorong ekspor). Perubahan posisi ekspor inilah yang kemudian berguna untuk memperbaiki posisi neraca perdagangan. Pemahaman mengenai hubungan antara nilai tukar dan neraca perdagangan maupun output merupakan hal yang penting bagi pengambil kebijakan ekonomi.

E. Harga

1. Pengertian Harga

Harga adalah elemen pemasaran campuran yang paling mudah untuk keistimewaan produk. Harga juga mengkomunikasikan pada pasar penempatan nilai produk atau merek yang dimaksud suatu perusahaan.⁵¹ Budiarto menyatakan bahwa harga adalah nilai pertukaran atas manfaat suatu barang bagi konsumen maupun produsen yang dinyatakan dalam satuan moneter seperti rupiah. Dalam bisnis, harga ditentukan oleh penjual atau produsen. Disimpulkan bahwa harga adalah sejumlah uang yang harus diberikan pembeli kepada penjual guna memperoleh barang atau jasa dan jumlah uang yang diberikan sesuai dengan nilai barang atau jasa tersebut.⁵²

Harga dalam ekonomi termasuk salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Harga dimaksud untuk mengkomunikasikan posisi nilai produk yang dibuat produsen. Besar kecilnya volume penjualan dan laba yang diperoleh perusahaan tergantung kepada harga yang ditetapkan perusahaan terhadap produknya.⁵³ Kristanto menyatakan ada tiga fungsi utama dari harga, yaitu untuk menentukan volume penjualan, untuk menentukan besarnya untung

⁵¹Sofjan Assauri, *Strategic Marketing*, (Jakarta, Rajawali Pers, 2012), h. 118.

⁵²Hamdy Hady, *Ekonomi Internasional: Teori dan Kebijakan Perdagangan Internasional* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001), h.30.

⁵³Rozalinda, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), h. 154.

dan menentukan, dan menentukan citra atau image produk. Gilarso menyatakan bahwa jumlah barang yang dibeli berbanding terbalik dengan harga barang, yang mana saat harga tinggi maka pembelian akan menurun, begitu pula sebaliknya hal ini berhubungan dengan hukum permintaan.⁵⁴

Harga internasional merupakan harga suatu barang yang berlaku dipasar dunia. Jika harga Internasional lebih tinggi dari pada harga domestik. Maka ketika perdagangan mulai dilakukan, suatu negara cenerung akan menjadi eksportir. Para produsen dinegara tersebut tertarik untuk memanfaatkan harga yang lebih tinggi dipasar dunia dan mulai menjual produknya pada pembeli dinegara lain. Sebaliknya ketika harga internasional lebih rendah dari pada harga domestik, maka ketika hubungan perdagangan mulai dilakukan, negara tersebut akan tertarik untuk memanfaatkan harga yang lebih rendah yang dilakukan oleh negara lain.

Harga barang merupakan aspek pokok dalam pembahasan teori ekonomi dan pembentukan harga dari suatu barang terjadi di pasar melalui suatu mekanisme. Terdapat dua hal dalam mekanisme ini, yaitu permintaan dan penawaran dari barang tersebut. Apabila kuantitas barang yang diminta melebihi barang yang ditawarkan, maka harga akan naik. Sebaliknya apabila kuantitas barang yang ditawarkan lebih banyak dari pada kuantitas barang yang diminta, maka harga cenderung turun.⁵⁵ Tingginya harga merupakan ciri atas kelangkaan dari barang tersebut. Ketika sampai pada tingkat harga tertinggi, konsumen akan cenderung menggantikan barang tersebut dengan barang alternatif yang relatif lebih murah dan mempunyai kesamaan guna.

Ibn Taimiyah mengatakan bahwa naik turunnya harga tidak selalu disebabkan oleh tindakan sewenang-wenang dari penjual, bisa jadi penyebabnya adalah penawaran yang menurun akibat *inefisiensi* produksi, penurunan jumlah impor barang-barang yang diminta atau juga tekanan pasar. Karena itu, jika permintaan terhadap barang meningkat, sementara penawaran menurun maka

⁵⁴Amirus Saleh, Dahlan Fanani dan Khalid Mawardi, *Pengaruh Produksi,Harga Internasional dan Nilai Tukar Terhadap Volume Ekspor Teh Indonesia Periode 2010-2013*, Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 35 No. 2 juni 2016, h. 22.

⁵⁵Edo Soviandre, Al Musadieq, Dahlan fanani, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Volume Ekspor Kopi dari Indonesia ke Amerika Serikat”, Vol. 14 No. 2 September 2014, hal. 3.

harga akan naik. Sebaliknya, jika permintaan menurun, sementara penawaran meningkat maka harga akan menurun.⁵⁶

2. Penetapan Harga

Harga suatu produk merupakan salah satu penentu atas besarnya permintaan pasar. Harga mempunyai pengaruh yang besar terhadap pendapatan dan laba bersih perusahaan. Keputusan dalam penentuan harga terus konsisten dengan strategi pemasaran. Strategi penentuan harga harus memperhatikan tujuan umum penentuan harga, yaitu bertahan, memaksimalkan laba, memaksimalkan penjualan, gengsi atau *prestise*, pengembalian atas investasi.⁵⁷

Penetapan harga adalah keputusan mengenai harga-harga yang diikuti dengan jangka waktu tertentu, jika harga yang ditetapkan lebih tinggi dari nilai yang diterima maka suatu perusahaan akan kehilangan kemungkinan untuk memetik laba. Jika harganya lebih rendah dari pada nilai yang diterima suatu perusahaan tidak akan berhasil dalam memperoleh laba. Dalam menetapkan harga perusahaan harus mengetahui terlebih dahulu tujuan dari penetapan harga itu sendiri. Tujuan penetapan harga adalah:

a. Elastisitas harga dari permintaan perusahaan.

Penetapan harga tergantung pada dampak perubahan harga terhadap permintaan. Akan tetapi perubahan harga memiliki dampak ganda terhadap penerimaan penjualan perusahaan, perubahan unit penjualan dan perubahan penerimaan per unit. Elastisitas harga dan sensitif harga merupakan dua konsep yang berkaitan namun berbeda. Perubahan harga menyebabkan terjadinya perubahan dalam unit penjualan.

b. Aksi dan reaksi pesaing.

Reaksi pesaing terhadap perubahan harga merupakan salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan setiap perusahaan. Jika perubahan harga disamai oleh semua pesaing, maka sebenarnya tidak akan ada perubahan pangsa pasar. Oleh

⁵⁶Isnaini Harahap, dkk., *Hadis-Hadis Ekonomi*, (Jakarta: Prenadamedia Grup, 2015). Google scholar, web, 3 Januari 2020, h.110.

⁵⁷Imsar. "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Uco Durian Medan". Tansiq, Vol.1, No. 2, Januari-Juni 2018, h. 51. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/tansiq/article/view/2061/1617>. 28 Januari 2021.

sebab itu manajer pemasaran harus berusaha menentukan kemungkinan reaksi penetapan harga pesaing.

c. Biaya dan konsekuensinya pada profitabilitas.

Struktur biaya perusahaan merupakan faktor pokok yang menentukan batas bawah harga. Artinya, tingkat harga minimal harus dapat menutup biaya. Harga yang murah akan menyebabkan penurunan biaya jika penurunan tersebut dapat menaikkan volume ekspor secara signifikan.⁵⁸

Dalam menetapkan harga terdapat empat pendekatan dalam penetapan harga, yakni *pertama*, strategi harga premium, menghasilkan produk bermutu tinggi dan memasang harga paling tinggi. *Kedua*, strategi ekonomi, menghasilkan produk bermutu rendah dan memasang harga paling rendah. *Ketiga*, strategi nilai baik, menghasilkan suatu produk tinggi tetapi dengan harga yang lebih rendah. *Keempat*, strategi penetapan harga tinggi, menetapkan harga produk tinggi sehubungan dengan produk tinggi.

3. Harga Dalam Islam

Harga dalam bahasa Inggris disebut dengan *price*, sedangkan dalam bahasa arab berasal dari kata *tsaman* atau *si'ru* yakni nilai sesuatu dan harga yang terjadi atas dasar suka sama suka (*an-taradin*) pemakaian kata *tsaman* lebih umum dari pada qimah yang menunjukkan harga ril yang telah disepakati. Sedangkan *si'ru* adalah harga yang telah ditetapkan untuk barang dagangan.⁵⁹

Harga dalam ekonomi islam tidak berbeda dengan ekonomi konvensional. Menurut Ibnu Taimiyah, harga ditentukan oleh kekuatan permintaan dan penawaran. Naik dan turunnya harga bisa saja disebabkan oleh kekurangan produksi atau penurunan impor barang yang dibutuhkan. Bila permintaan naik dan penawaran turun harga-harga akan naik. Bila persediaan barang meningkat, permintaan terhadap barang menurun, harga-harga akan turun.⁶⁰ Teori harga dalam analisis ekonomi mikro tersirat dalam tulisan Ibnu Taimiyah (1263-1328). Ibnu Taimiyah menjelaskan *tsaman mistli* merupakan harga yang

⁵⁸ Chandra Gregorius, *Strategi dan Program Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2002), h. 120.

⁵⁹ Rozalinda, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, cet-2, 2015), h. 154.

⁶⁰ *Ibid*, h. 160.

terbentuk dari kekuatan permintaan dan penawaran. Menurutnya, jika penduduk menjual barang dengan harga yang normal (*wajh al-maruf*) tanpa ada cara-cara yang tidak adil, harga bisa meningkat karena kekurangan pasokan komoditas dan juga karena tingginya permintaan. Ibnu Taimiyah berpendapat, seperti yang dikutip Abdul Azhim Islahi dalam bukunya *Economic concepts of Ibnu Taimiyah*, naik turunnya harga tidak selalu terjadi karena ulah spekulasi, tetapi kadang kala karena menurunnya produksi ataupun penurunan impor barang-barang yang dibutuhkan masyarakat.⁶¹ Ibnu Taimiyah juga sangat menentang diskriminasi harga untuk pembeli atau penjual yang tidak tau harga sebenarnya yang berlaku dipasaran.

Menurut Basu Swastha dan Irawan harga merupakan bagian dari proses transaksi jual beli, apabila harga ditentukan tetapi tidak disesuaikan dengan kualitas produk yang ditawarkan, dengan motif mencari keuntungan hal tersebut sudah menyalahi aturan dan bertentangan dengan ajaran islam.

Dalam sejarah ekonomi islam, ketika terjadi kenaikan harga terhadap barang-barang komoditi pada masa rasul, para sahabat datang menghadap beliau dan memintanya untuk menetapkan harga-harga di pasar. Namun permintaan itu ditolak Nabi dengan jawaban "*hanya Allah yang menetapkan harga*". Masalah perubahan harga, dalam literatur ekonomi islam sudah diperbincangkan oleh para ekonom muslim seperti Abu Yusuf (w.798 M). Abu Yusuf adalah seorang ekonom yang memperbincangkan peningkatan dan penurunan produksi dalam kaitannya dengan perubahan harga. Ia menyatakan tidak ada batasan tertentu tentang murah dan mahal nya harga, murah bukan karena melimpahnya makanan, demikian juga mahal bukan karena kelangkaan makanan, hal tersebut ada yang mengatur nya. Murah dan mahal adalah ketentuan Allah.

Ibnu Qayyim berpendapat, penentuan harga harus diserahkan pada kekuatan pasar, jika terjadi ketidak sempurnaan pasar (distorsi), misalnya monopoli, dia merekomendasikan intervensi pemerintah untuk memperbaiki harga. Dalam ekonomi islam, cara pengendalian harga ditentukan oleh penyebabnya. Bila penyebabnya adalah perubahan pada permintaan dan penawaran, maka

⁶¹*Ibid*, h. 162.

mekanisme pengendalian dilakukan melalui intervensi pasar. Bila penyebabnya adalah distorsi terhadap permintaan dan penawaran maka mekanisme pengendalian dilakukan melalui penghilangan distorsi tersebut.⁶²

4. Hubungan Harga Internasional Dengan Nilai Ekspor

Harga barang merupakan aspek pokok dalam pembahasan teori ekonomi dan pembentukan harga dari suatu barang terjadi di pasar melalui suatu mekanisme. Dalam mekanisme ini terdapat dua kekuatan pokok yang saling berinteraksi, yaitu permintaan dan Penawaran dari barang tersebut. Apabila pada suatu tingkat tertinggi kuantitas barang yang diminta melebihi kuantitas barang yang ditawarkan maka harga akan naik, sebaliknya bila kuantitas barang yang ditawarkan pada harga tersebut lebih banyak daripada kuantitas permintaan, maka harga cenderung turun. Tingginya harga mencerminkan kelangkaan dari barang tersebut. Sampai pada tingkat harga tertinggi konsumen cenderung menggantikan barang tersebut dengan barang lain yang mempunyai hubungan dekat dan relative lebih murah

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi salah satu acuan penulis sehingga dapat memperkaya teori yang di gunakan dalam melakukan penelitian ini. Penelitian-penelitian terhadap jumlah ekspor ini masih terus dilakukan dan perlu pengembangan teori lebih lanjut. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

1. Penelitian Edo Soviandre, M. Al Musadieq, Dahlan Fanani (2014).

Penelitian Edo Soviandre, M. Al Musadieq, Dahlan Fanani dengan judul “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Volume Ekspor Kopi Dari Indonesia ke Amerika Serikat (2010-2012)”. Variabel dalam penelitian ini adalah produksi kopi

⁶²*Ibid*, h. 165.

domestik, harga kopi internasional, nilai tukar rupiah dan volume ekspor kopi dari Indonesia ke Amerika Serikat. Penelitian ini menggunakan metode Regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan Terdapat pengaruh bersama antara produksi kopi domestik, harga kopi internasional, dan nilai tukar terhadap volume ekspor kopi dari Indonesia ke Amerika. Terdapat beberapa perbedaan dengan penelitian sebelumnya, terdapat perbedaannya antara lain yaitu pada variabel volume ekspor yang hanya memfokuskan pada volume ekspor kopi Indonesia ke Amerika Serikat. Dan dalam penelitian ini menggunakan variabel nilai ekspor sebagai variabel bebasnya. Perbedaan selanjutnya terdapat pada periode penelitiannya, pada penelitian Edo Soviandre menggunakan periode 2010-2012.

2. Penelitian Ahmad Syarif (2018).

Penelitian Ahmad Syarif dengan judul “Pengaruh Jumlah Produksi, Harga dan Kurs Terhadap Nilai Ekspor Kakao Indonesia 1996-2015”. Penelitian ini menggunakan metode Regresi Linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan jumlah produksi signifikan terhadap nilai ekspor kakao, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai ekspor kakao, kurs berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai ekspor kakao. Perbedaan antara penelitian Ahmad Syarif dengan penelitian ini adalah pada Objek penelitian, dan pada periode penelitian. Selain itu variabel bebas yang diteliti berbeda, pada penelitian Ahmad Syarif menggunakan variabel produksi, harga dan kurs sebagai variabel independen, sedangkan dalam penelitian ini hanya menggunakan dua variabel bebas yakni nilai tukar rupiah dan harga internasional.

3. Penelitian Rexsi Nopryand dan Haryadi (2017).

Penelitian Rexsi Nopryand dan Haryadi dengan judul “Analisis Ekspor Kopi Indonesia”. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah harga kopi, PDB, nilai tukar dan volume ekspor. Penelitian ini menggunakan metode regresi linear berganda dan *error correction model* (ECM). Hasil dari penelitian ini menunjukkan Harga kopi, PDB, nilai tukar memiliki hubungan jangka pendek dan keseimbangan jangka panjang terhadap volume ekspor kopi. Penelitian Rexsi memiliki perbedaan pada jenis variabel yang digunakan, pada penelitian ini Rexsi

menggunakan variabel harga, PDB, nilai tukar. Pada penelitian ini menggunakan nilai tukar rupiah dan harga internasional.

4. Penelitian Amirus Saleh Mejaya, Dahlan Fanani, M. Kholid Mawardi (2016).

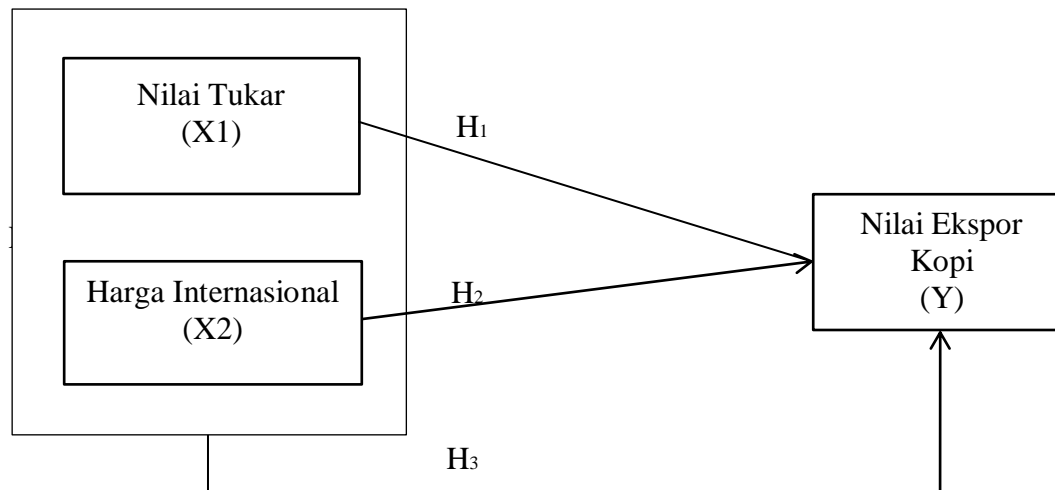
Penelitian Amirus Saleh Mejaya, Dahlan Fanani, M. Kholid Mawardi dengan judul “Pengaruh produksi, Harga internasional dan nilai tukar terhadap Volume Ekspor Teh Indonesia periode 2010-2013)”. Penelitian ini menggunakan metode regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan produksi, harga internasional dan nilai tukar berpengaruh secara bersama-sama terhadap volume ekspor. Perbedaan penelitian Amirus Saleh dengan penelitian ini terdapat pada komoditas yang diteliti, penelitian Amirus Saleh menggunakan jahe sebagai komoditas yang diteliti, sedangkan penelitian ini menggunakan kopi sebagai Objek penelitian. Selain itu pada penelitian Amirus Saleh menggunakan produksi, harga internasional dan nilai tukar sebagai variabel bebas, sedangkan dalam penelitian ini hanya menggunakan variabel harga internasional dan nilai tukar rupiah sebagai variabel independennya. Perbedaan selanjutnya pada periode penelitian, Penelitian Amirus Saleh menggunakan periode 2010-2013.

G. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan model konsep dari suatu teori atau logika pengertian yang saling berhubungan diantara beberapa faktor penting pada masalah penelitian. Kerangka teoritis akan menghasilkan kerangka berfikir yang baik. Sekarang mengungkapkan bahwa kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka berfikir akan menyatukan secara teoritis antar variabel yang diteliti yang sering disebut paradigma penelitian. Kerangka berfikir yang baik akan memuat variabel dan penjelasannya, adanya teori yang mendasari hubungan variabel, mampu menunjukkan posisi variabel dan hubungan (kausal dan simetris), baiknya dinyatakan dalam diagram hubungan variabel.⁶³

⁶³Tony Wijaya, *Metodologi penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), h. 11

Kerangka teoritis adalah suatu model yang menerangkan hubungan suatu teori dengan faktor-faktor yang telah diketahui dalam masalah tertentu. Adapun dalam penelitian ini menggambarkan bagaimana pengaruh produksi kopi, harga internasional dan nilai tukar terhadap nilai ekspor kopi Indonesia.



(Gambar 2.1, Skema Kerangka Pemikiran)

H. Hipotesis Penelitian

Hipotesa dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul, setelah membuat anggaran dasar, maka membuat teori yang kebenarannya perlu diuji. Setelah melihat kontribusi yang ada dan permasalahan yang telah di kemukakan diatas, maka untuk penelitian ini diajukan hipotesis sebagai berikut:

1. Pengaruh nilai tukar rupiah terhadap nilai ekspor

Ho₁ : Tidak terdapat pengaruh signifikan nilai tukar rupiah terhadap nilai ekspor kopi Indonesia 2004 s.d 2018.

Ha₁ : Terdapat pengaruh signifikan nilai tukar rupiah terhadap nilai ekspor kopi Indonesia 2004 s.d 2018.

2. Pengaruh harga internasional terhadap nilai ekspor

Ho₂ : Tidak terdapat pengaruh signifikan harga internasional terhadap nilai ekspor kopi Indonesia 2004 s.d 2018.

Ha2 : Terdapat pengaruh signifikan harga internasional terhadap nilai ekspor kopi Indonesia 2004 s.d 2018.

3. Diduga nilai tukar rupiah dan harga internasional berpengaruh terhadap nilai ekspor

Ho3 : Tidak terdapat pengaruh signifikan nilai tukar rupiah terhadap nilai ekspor kopi Indonesia 2004 s.d 2018.

Ha3 : Terdapat pengaruh signifikan nilai tukar rupiah terhadap nilai ekspor kopi Indonesia 2004 s.d 2018.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kuantitatif. Dalam penelitian kuantitatif teori ditempatkan di awal penelitian yang tujuannya untuk menguji suatu teori. Dengan kata lain menentukan teori terlebih dahulu, kemudian mengumpulkan data untuk menguji dan menguji teori dengan hasil penelitian.¹ Penelitian kuantitatif menggunakan metode-metode analisis yang jelas dan sistematis guna menarik kesimpulan-kesimpulan dan mengujinya secara seksama. Agar penelitian ini lebih spesifik dalam cakupannya, maka penelitian ini menggunakan sistem rentang waktu (*Time series*) selama 15 (lima belas) tahun, dimana data yang dikumpulkan dihitung berdasarkan periode (2004-2018).

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian diungkapkan untuk menunjukkan ruang lingkup wilayah penelitian, lokasi penelitian menjadi *setting* alamiah dan konteks alami yang menjadi latar dan mempengaruhi peneliti bagi hasil penelitiannya, lokasi penelitian dalam penelitian kuantitatif benar-benar menunjukkan lokasi dimana penelitian tersebut dilaksanakan. Lokasi penelitian ini dilakukan di Indonesia, yang merupakan salah satu negara berkembang yang ada di Asia. Penelitian dilaksanakan pada Oktober 2019 sampai Juli 2020. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang berhubungan dengan nilai tukar rupiah, harga internasional dan nilai ekspor.

C. Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dalam bentuk *time series* tahunan bersifat kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau bilangan. Sesuai dengan bentuknya, data kuantitatif dapat

¹Nur Ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Medan: Febi Uni-nsu Press, 2016). Google Scholar, web, 21 Desember 2019, h. 22.

diolah atau dianalisis menggunakan teknik perhitungan matematika atau statistika. Sumber data diperoleh dari website “BPS: statistik kopi Indonesia 2018 (<https://www.bps.go.id>)”, ICO: *composite and group indicator price - annual and Monthly averages* (www.ico.org)”, dan “Kemendag: nilai tukar/kurs Indonesia 1996-2018 (<https://www.kemendag.go.id>)”.

D. Populasi dan sampel

Populasi memiliki pengertian sebagai seluruh kumpulan elemen (orang, kejadian, produk) yang dapat digunakan untuk membuat beberapa kesimpulan. Populasi bisa disebut sebagai totalitas subjek penelitian. Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil/ditentukan berdasarkan karakteristik dan teknik tertentu. studi penelitian yang mencakup seluruh elemen dalam populasi atau menggunakan populasi sebagai subjek penelitian disebabkan terjangkaunya jumlah populasi.² Populasi pada penelitian ini adalah nilai tukar rupiah, harga internasional dan nilai ekspor kopi Indonesia.

Populasi adalah seluruh objek yang akan diteliti, atau dapat dikatakan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek dan objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi.³ Sampel yang digunakan data *time series* tahunan dalam kurun waktu 15 tahun yaitu sejak tahun 2004 sampai dengan 2018.

E. Definisi Operasional

Defenisi operasional yaitu suatu defenisi yang diberikan kepada variabel dengan memberikan arti dari membenarkan kegiatan atau suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut. Defenisi operasional variabel dalam hal ini antara lain:

²Tony Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), h. 27.

³Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif*, (Jakarta :Kencana, 2015), h. 190.

1. Variabel terikat (*Dependent Variabel*) merupakan variabel yang di pengaruhi atau yang menjadi sebab akibat karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu:
 - a. Nilai ekspor (Y) nilai ekspor adalah nilai berupa uang, termasuk semua biaya yang diminta atau seharusnya diminta oleh eksportir. Nilai ekspor berisis jumlah barang dikalikan harga ekspor pada setiap tahunnya. Dalam penelitian ini yang dimaksud adalah Nilai ekspor kopi, nilai transaksi ekspor kopi diukur dalam satuan US Dollar.
2. Variabel bebas (*Independent Variabel*) merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen. Dauly mengatakan bahwa independen sering disebut variabel yang berguna bagi stimulasi, *predictor*, *antecedent*. Tanpa variabel ini maka variabel terikat tidak akan ada atau tidak muncul. Variabel independent dalam penelitian ini yaitu:
 - a. Nilai tukar rupiah (X_1) nilai tukar rupiah adalah nilai mata uang suatu negara dalam harga mata uang negara lain yang digunakan untuk perdagangan internasional (perdagangan antar negara). Dalam penelitian ini yang dimaksud adalah nilai tukar rupiah terhadap US Dollar dalam satuan rupiah per tahun.
 - b. Harga internasional (X_2) harga internasional merupakan harga barang di pasar internasional. Harga yang menjadi patokan bagi negara yang menjual dan membeli kopi di pasar internasional. Dalam penelitian ini yang dimaksud adalah harga kopi di pasar internasional dalam satuan US Dollar.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan metode atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data. Metode menunjukan suatu cara mengumpulkan data sehingga dapat diperlihatkan apakah penggunaannya menggunakan angket, wawancara, pengamatan, tes, dokumentasi dan sebagainya. Berdasarkan teknik pengumpulan data, maka penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan

menggunakan data dokumentasi berupa angka yang di peroleh dari *website* resmi BPS, *International Coffee Organization*, Kementrian Perdagangan.

G. Motode Analisis Data

Metode analisis data merupakan proses penyederhanaan dalam proses yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Metode yang dipilih dalam analisis data harus sesuai dengan pola penelitian dari variabel yang diteliti. Maka pengolahan data dilakukan dengan metode Regresi Berganda dengan model OLS (*Ordinary Least Square*).⁴ Metode OLS digunakan untuk memperoleh estimasi dalam menganalisis pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Metode OLS dipilih karena merupakan salah satu metode sederhana dengan analisis regresi yang kuat dan populer, dengan asumsi-asumsi tertentu.⁵ Adapun persamaannya adalah sebagai berikut: Untuk mengukur nilai tukar rupiah dan harga internasional terhadap nilai ekspor kopi Indonesia digunakan model regresi linier berganda dengan bantuan program *evIEWS* 8.

Analisis regresi linier berganda ini dilakukan berdasarkan asumsi dasar bahwa nilai ekspor kopi ditentukan oleh variabel bebas yaitu: nilai tukar rupiah dan harga internasional. Seberapa besar variabel independent mempengaruhi variabel dependen dihitung dengan menggunakan persamaan garis regresi berganda.

1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik (*classical assumptions*) adalah uji statistik untuk mengukur sejauh mana sebuah model regresi dapat disebut sebagai model yang baik. Model regresi disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi-asumsi klasik yaitu multikolinieritas, autokorelasi, heteroskedastisitas dan normalitas.⁶ Model regresi linier berganda (*multiple regression*) dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut

⁴Shocrul R Ajija, Et. Al, *Cara Cerdas Menguasai EvIEWS*, (Jakarta: PT Salemba Empat, 2011), h. 137

⁵Damor Gujarati, *Ekonometrika Dasar*, Terj.Sumarno Zein, (Jakarta: Erlangga, 2003), h.25

⁶Nur ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Medan: Febi UIN-SU Press, 2016). Google Scholar, web, 21 Desember 2019, h. 93.

memenuhi Kriteria BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*). BLUE dapat dicapai bila memenuhi Asumsi Klasik.

a. Uji Normalitas

Tujuan dilakukannya uji normalitas terhadap serangkaian data adalah untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak.⁷ Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini, untuk mendeteksi normalitas data dilakukan dengan pengujian Jarque Bera.⁸

Dalam uji ini, pedoman yang digunakan dalam pengambilan keputusan adalah:

- a. Jika nilai $J-B_{hitung} > 0.05$ maka distribusi normal, dan
- b. Jika nilai $J-B_{hitung} < 0.05$ maka distribusi tidak normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas di gunakan untuk melihat apakah model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas atau tidak. Sebuah model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas atau tidak terjadi multikolinieritas. Kriteria pengujian multikolinieritas dilihat dari VIF (*Variance Inflation Factor*) adalah:

- 1) Jika nilai VIF lebih kecil dari 10,00 maka dapat diartikan terjadi multikolinieritas terhadap data yang di uji.
- 2) Jika nilai VIF lebih besar dari 10,00 maka dapat diartikan tidak terjadi multikolinieritas terhadap data yang di uji.⁹

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan korelasi antara satu variabel gangguan dengan variabel gangguan lainnya. Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pada periode t (tahun sekarang) dengan periode t-1 (tahun sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem korelasi. Untuk menguji ada tidaknya gejala auto

⁷Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), h. 153.

⁸Ansofino, et. Al., *Buku Ajar Ekonometrika* (Yogyakarta: Deepublish, 2016), h.23.

⁹Nur ahmadi Bi Rahmani, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, h. 105.

korelasi maka dapat dideteksi menggunakan uji Durbin Watson untuk melihat gejala auto korelasi dan uji Breusch-Godfrey atau yang disebut dengan uji *Lagrange Multiplier (LM Test)*.¹⁰ Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut:

- 1) Angka D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
- 2) Angka D-W di bawah -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi.
- 3) Angka D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Konsekuensinya adanya heteroskedastisitas dalam model regresi adalah penaksir yang diperoleh tidak efisien, baik dalam sampel kecil maupun besar. Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas juga dapat diketahui dengan melakukan uji Glasjer. Uji glasjer dilakukan dengan melihat nilai *Obs*R-Squared*. Data tidak terkena heteroskedastisitas apabila *Obs*R-Squared* atau probabilitas Chi-Square > alpha ($\alpha=0,05$).

2. Model Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini untuk menjawab permasalahan maka model yang digunakan pada data time series ini adalah model regresi berganda karena variabelnya lebih dari satu atau dua menggunakan *Ordinary Least Square (OLS)*. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya hubungan dan pengaruh variabel bebas (X1 dan X2) terhadap variabel terikat (Y). Untuk memperoleh hasil yang lebih terarah, maka penulis menggunakan bantuan perangkat lunak software yaitu Eviews 8. Model yang digunakan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana :

Y = Nilai Ekspor

¹⁰Ansofino, et. Al., *Buku Ajar Ekonometrika* , h. 59.

- α = Konstanta
- β_1 = Koefisien X1
- β_2 = Koefisien X2
- X1 = Variabel Nilai Tukar Rupiah
- X2 = Variabel Harga Internasional
- e = Variabel Pengganggu

Fungsi diatas menjelaskan pengertian bahwa nilai ekspor dipengaruhi oleh nilai tukar rupiah dan harga internasional. Penelitian ini menggunakan asumsi bahwa variabel lain di luar variabel penelitian tidak berubah (*ceteris paribus*).

3. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui tingkat signifikan dari masing-masing koefisien regresi variabel independen (variabel bebas) terhadap variabel dependen (variabel terikat) maka menggunakan uji statistik diantaranya:

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel independen ($X_1, X_2, X_3, \dots X_n$) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar presentase variasi-variasi independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi-variasi dependen sama dengan 0, maka tidak ada sedikit pun presentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya R^2 sama dengan 1, maka presentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna.

b. Uji t-Statistik (Uji Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.¹¹ Kriteria yang digunakan dalam menerima atau menolak hipotesis adalah:

¹¹Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 244.

- 1) H_a diterima apabila $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, pada $\alpha = 5\%$ dan nilai $p\text{-value} < \text{level of significant}$ sebesar 0,05.
- 2) H_a ditolak apabila $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, pada $\alpha = 5\%$ dan nilai $p\text{-value} > \text{level of significant}$ sebesar 0,05.

c. Uji F Statistik (Uji Keseluruhan)

Uji signifikan ini pada dasarnya dimaksudkan untuk membuktikan secara statistik bahwa seluruh variabel independen yaitu, nilai tukar rupiah (X1) dan harga internasional (X2) berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu nilai ekspor (Y). Uji F dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Kriteria yang digunakan dalam menerima atau menolak hipotesis adalah:

- 1) H_a diterima apabila $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$, pada $\alpha = 5\%$ dan nilai $p\text{-value} < \text{level of significant}$ sebesar 0,05.
- 2) H_a diterima apabila $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$, pada $\alpha = 5\%$ dan nilai $p\text{-value} > \text{level of significant}$ sebesar 0,05.

BAB IV

TEMUAN PENELITIAN

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

1. Deskripsi Wilayah Indonesia

Indonesia adalah negara kepulauan terbesar di dunia. Indonesia memiliki lebih dari 17.000 pulau, dimana hanya sekitar 7.000 pulau berpenghuni. Kalimantan, Jawa, Sulawesi, Sumatera dan Papua merupakan pulau utama di Indonesia. Selain itu Indonesia juga memiliki pulau-pulau kecil seperti Bali, Karimunjawa, Gili dan Lombok yang merupakan tujuan wisata lokal maupun internasional. Ibu kota negara Indonesia adalah Jakarta, yang terletak di pulau Jawa. Dilihat dari segi geografis, kepulauan Indonesia terletak antara 5°54'08" bujur utara hingga 11°08'20" bujur selatan dan 95°00'38" samapi 141°01'12" bujur timur. Beberapa pulau terletak di garis ekuator. Karena itu, siang dan malam memiliki waktu hampir sama, yaitu 12 jam. Atas dasar letak geografis yang luas, wilayah Indonesia dibagi menjadi 3 zona waktu yaitu WIB (waktu Indonesia barat), WITA (waktu Indonesia tengah) dan WIT (waktu Indonesia Timur). Dari satu pulau ke pulau yang lainnya dapat terjadi perbedaan waktu hingga 8 jam.¹

Bhinneka Tunggal Ika yang bermakna beraneka ragam tetapi satu merupakan logo nasional Republik Indonesia. Logo itu menggambarkan masyarakat Indonesia yang majemuk namun tetap satu, juga menjadi pegangan hidup masyarakat Indonesia. Indonesia adalah negara dengan jumlah penduduk terbesar ke-4 di dunia setelah Cina, India dan Amerika. Masyarakat Indonesia terdiri dari sekitar 300 suku, seperti suku Jawa, Sunda, Batak, Dayak dan Papua. Setiap suku memiliki dialek tersendiri, namun demikian Bahasa Indonesia adalah Bahasa nasional yang juga merupakan pemersatu bangsa Indonesia. Selain itu, Indonesia juga memiliki kemajemukan dalam kehidupan beragama. Sebagian besar penduduk Indonesia memeluk agama Islam. Kurang dari 10% masyarakat Indonesia terbagi dalam beberapa kelompok agama seperti Katolik Roma,

¹Konsulat Jenderal Republik Indonesia, *Sekilas Tentang Indonesia*, <http://Indonesia-Frankfurt.de>, diakses pada 6 Mei 2020.

Kristen, Hindu dan Budha. Sebagian kecil masyarakat Indonesia juga masih memeluk agama tradisional seperti kejawen yang sering ditemui dipulau jawa.

2. Deskripsi Tanaman Kopi

Kopi merupakan tanaman yang dapat tumbuh di dataran rendah dan dataran tinggi. Ketinggian minimum untuk menanam kopi adalah 500 meter di atas permukaan laut (mdpl), dan ketinggian maksimum di mana kopi masih bisa tumbuh dan berbuah dengan baik adalah 2000 mdpl. Terdapat dua jenis kopi yang paling banyak ditanam di Indonesia, yaitu Robusta dan Arabika. Robusta merupakan jenis kopi yang lebih tahan iklim panas, sehingga bisa ditanam di dataran yang lebih rendah, berbeda dengan kopi Arabika yang menuntut dataran yang lebih tinggi, suhu di lokasi penanaman pun sebaiknya berkisar antara 14-24 derajat Celsius.

Indonesia memiliki *speciality coffee*, *speciality coffee* paling terkenal adalah kopi luwak, yakni biji kopi yang telah melewati proses fermentasi melalui sistem pencernaan hewan luwak. Selain kopi luwak, Indonesia memiliki specialty coffee lainnya. Perkebunan kopi yang tersebar di penjuru Indonesia membuat Indonesia memiliki banyak jenis *specialty coffee* dengan karakteristiknya masing-masing yang berbeda di tiap daerah. Letak geografis Indonesia sangat ideal bagi iklim mikro untuk pertumbuhan dan produksi kopi. Berdasarkan daerahnya, jenis *specialty coffee* Indonesia antara lain :

- a. **Kopi Sumatera**, kopi Sumatera yang paling terkenal berasal dari Lampung juga dari Sumatera Utara dengan kopi Sidikalang, Lintong dan Mandheling. Beberapa ahli kopi mengatakan kopi Sumatera memiliki cita rasa unik karena dengan karakteristik dengan aroma rempah dan juga earthy. Kopi Sumatera memiliki tekstur halus dan berbau tajam.
- b. **Kopi Sulawesi**, Tana Toraja adalah daerah yang diberkahi tanah tempat kopi tumbuh subur. Rasa yang kuat dan kadar asam yang tinggi menjadikan kopi Toraja diminati pasar yang memang menyukai kopi dengan keasaman tinggi.
- c. **Kopi Aceh Gayo**, kopi Gayo menghasilkan sebagian besar jenis kopi Arabika terbaik. Cita rasa kopi Gayo sendiri terasa lebih pahit dengan

tingkat keasaman rendah. Aromanya yang sangat tajam menjadikan jenis kopi ini disukai.

- d. **Kopi Kintamani Bali**, kopi ini memiliki cita rasa buah-buahan yang asam dan segar. Kopi jenis ini menggunakan sistem ‘tumpang sari’ bersama dengan jenis tanaman lain. Itu kenapa biji kopinya meresap rasa buah-buahan seperti jeruk.
- e. **Kopi Papua Wamena**, kopi yang berasal dari wilayah Timur Indonesia ini tumbuh pada ketinggian 1.500 m dengan suhu 20 derajat. Menjadikannya kopi dengan cita rasa ringan dan memiliki keharuman yang tajam. Kopi Papua Wamena memiliki tingkat keasaman yang rendah.
- f. **Kopi Flores Bajawa**, kopi ini tumbuh di dataran Flores yang subur meskipun di kelilingi oleh pegunungan yang masih aktif. Tanah tempat kopi ini dihasilkan ternyata mengandung andosols subur dari abu gunung berapi yang sangat baik untuk menanam kopi. Kopi ini memiliki sedikit aroma fruity dan sedikit bau tembakau pada after taste-nya.
- g. **Kopi Jawa**, sebagian kopi Jawa mengeluarkan aroma tipis rempah sehingga membuatnya lebih baik dari jenis kopi lainnya. Kopi Jawa memiliki keasaman yang rendah. Kopi Jawa yang paling terkenal adalah Jampit dan Blawan.²

Indonesia yang memiliki banyak varietas *specialty coffee* merupakan sebuah keunggulan tersendiri dalam menggarap pasar luar negeri. Peningkatan konsumsi kopi di Indonesia serta tingginya antusiasme yang banyak memunculkan pengusaha kopi baru merupakan salah satu peluang yang harus dimanfaatkan oleh Indonesia untuk melakukan peningkatan produksi kopi serta efisiensi proses produksi yang pada akhirnya akan meningkatkan ekspor kopi Indonesia.

B. Deskripsi Perkembangan Variabel

Analisis deskriptif ini memberikan deskripsi mengenai data-data variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Adapun variabel independen dalam

²Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, *Warta Ekspor – Specialty Kopi Indonesia*, <http://djpen.kemendag.go.id>, diakses pada 20 Mei 2020.

penelitian ini adalah nilai tukar rupiah (X1), harga internasional (X2) dan variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai ekspor (Y).

1. Perkembangan Nilai Ekspor Kopi Indonesia

Perdagangan internasional memegang peranan penting dalam penggerak roda perekonomian serta berperan dalam meningkatkan devisa negara. Negara yang melakukan kegiatan ekspor sangat mungkin mendapatkan banyak manfaat diantaranya dapat memperluas pasar domestik yang telah ada dengan memperoleh pasar diluar negeri, mendorong kelancaran arus perdagangan dalam negeri serta mengatasi masalah kelebihan produksi dalam negeri sehingga industri domestik tetap melakukan produksi dengan optimal. Perkebunan kopi di Indonesia mengalami peningkatan dalam perluasan lahan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2019 luas lahan perkebunan kopi Indonesia seluas 1.243.441 hektar, dengan luas lahan sebesar ini potensi untuk menggunakan komoditas kopi sebagai salah satu komoditi ekspor. Berikut ini dapat di lihat perkembangan nilai ekspor kopi Indonesia:

Tabel 4.1
Nilai Ekspor Kopi Indonesia
Tahun 2004-2018

Tahun	Nilai Ekspor Kopi Indonesia USD	Laju Pertumbuhan (%)
2004	294.113	13,64
2005	503.836	71,30
2006	586.877	16,48
2007	636.319	8,42
2008	991.458	55,81
2009	814.300	-17,86
2010	814.311	0,01
2011	1.036.671	27,30
2012	1.249.520	20,53
2013	1.174.029	-6,04
2014	1.039.341	-11,47
2015	1.197.735	15,23
2016	1.008.549	-15,79
2017	1.187.157	17,70
2018	815.933	-31,27

Sumber : *Badan Pusat Statistik Indonesia.*

Berdasarkan data pada tabel 4.1 diketahui bahwa nilai ekspor kopi Indonesia mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun. Pada tahun 2004 laju pertumbuhan nilai ekspor kopi Indonesia 13,64%, kemudian pada tahun 2005 meningkat menjadi 71,30% dan terus mengalami peningkatan hingga tahun 2008 dengan laju pertumbuhan 55,81%. Pada tahun 2009 laju pertumbuhan menurun sangat jauh yaitu -17,86% dan meningkat pada beberapa tahun berikutnya hingga menyentuh 20,53%. Pada tahun 2013 laju pertumbuhan nilai ekspor kopi menurun ke angka -6,04% dan kembali menurun menjadi -11,47% pada tahun 2014. Peningkatan kembali terjadi pada tahun 2015 sebesar 15,23% dan kembali menurun pada tahun 2016 sebesar -15,79%. Peningkatan kembali terjadi pada tahun berikutnya yaitu 17,70% namun pada tahun 2018 nilai tukar mengalami penurunan yang cukup jauh yaitu sebesar -31,27%. Nilai ekspor sangat dipengaruhi dengan nilai tukar rupiah terhadap Dollar dan gejolak harga komoditas ekspor dipasar internasional.

2. Perkembangan Nilai Tukar Rupiah

Setiap negara dibelahan dunia ini memiliki mata uang berbeda-beda untuk melakukan suatu transaksi dalam perekonomian negaranya. Nilai tukar (kurs) memiliki peranan yang sangat penting dalam suatu negara. Kurs valuta asing atau kurs mata uang asing menunjukkan harga atau nilai mata uang suatu negara dinyatakan dalam nilai mata uang negara lain. Nilai mata uang selalu berubah disetiap tahunnya, perubahan nilai tukar, tidak terlepas dari variabel-variabel makro ekonomi seperti inflasi, jumlah uang beredar maupun suku bunga. Berikut ini dapat dilihat perkembangan nilai tukar terhadap Dollar:

Tabel 4.2
Nilai Tukar Rupiah
Tahun 2004-2018

Tahun	Nilai Tukar Rupiah	Laju Perkembangan (%)
2004	9.290	9,74
2005	9.830	5,81
2006	9.020	-8,24
2007	9.419	4,42
2008	10.950	16,25
2009	9.400	-14,15

2010	8.991	-4,35
2011	9.068	0,08
2012	9.670	6,63
2013	12.189	26,04
2014	12.440	2,05
2015	13.795	10,89
2016	13.436	-2,6
2017	13.548	0,83
2018	14.481	6,88

Sumber: *Kementrian Perdagangan.*

Pada tabel 4.2 dapat dilihat pergerakan nilai tukar rupiah cenderung melemah dari tahun 2004 s.d 2018. Pada tahun 2004 laju pertumbuhan nilai tukar yaitu 9,74%, pertumbuhan nilai tukar mengalami penurunan pada tahun berikutnya yaitu 5,81% dan kembali mengalami penurunan yang cukup jauh pada tahun 2006 sebesar -8,24%. Dua tahun berikutnya pertumbuhan nilai tukar meningkat hingga menyentuh angka 16,25% pada tahun 2008, dan kembali mengalami penurunan yang cukup drastis pada tahun 2009 sebesar -14,15%. Pertumbuhan nilai tukar terus berfluktuasi hingga pada tahun 2013 meningkat yaitu sebesar 26,04% ini adalah pertumbuhan tertinggi selama periode 2004 s.d 2018. Tahun berikutnya pertumbuhan nilai tukar kembali menurun ke angka 2,05% pada tahun 2014 dan meningkat ke angka 10,89% pada tahun 2015. Penurunan yang terjadi pada tahun berikutnya cukup kecil yaitu sebesar -2,6%. Dan terus mengalami peningkatan hingga tahun 2018 sebesar 6,88%. Nilai tukar yang terus menerus melemah dari tahun ke tahun maka akan mengakibatkan berkurangnya cadangan devisa. Penyebab melemahnya nilai tukar tidak hanya disebabkan oleh faktor internal seperti inflasi dan defisitnya neraca pembayaran tetapi juga karena ada pengaruh dari faktor eksternal. Selain itu impor yang terlalu tinggi juga berdampak pada penurunan atau melemahnya nilai tukar rupiah dan sebaliknya, jika ekspor meningkat maka akan memperkuat nilai tukar rupiah dan dapat meningkatkan cadangan devisa.

3. Perkembangan Harga Kopi Internasional

Setiap tahunnya harga mengalami perubahan, hal ini disebabkan ketidak stabilan permintaan dan penawaran terhadap komoditas tersebut. Harga yang

berfluktuasi mampu mempengaruhi jumlah permintaan maupun penawaran. Peningkatan dan penurunan harga kopi internasional dapat dipengaruhi pula dengan kualitas produk kopi yang ditawarkan, serta *supply* komoditas kopi dari negara lain yang menjadi pesaing Indonesia dipasar internasional. Selain itu, perubahan harga juga dapat menjadi acuan daya saing komoditas kopi terhadap perkembangan sektor perkebunan di pasar domestik maupun internasional. Berikut ini dapat dilihat perkembangan harga kopi internasional:

Tabel 4.3
Harga Kopi Internasional
Tahun 2004 - 2018

Tahun	Harga Kopi Internasional (USD)	Laju Pertumbuhan (%)
2004	62,15	19,74
2005	89,36	43,78
2006	95,75	7,15
2007	107,68	12,45
2008	124,25	15,38
2009	115,67	-6,90
2010	147,24	27,29
2011	210,39	42,88
2012	156,34	-25,69
2013	119,51	-23,55
2014	155,26	29,91
2015	124,67	-19,70
2016	127,31	2,11
2017	126,69	-0,48
2018	109,03	-13,93

Sumber: *International Coffee Organization (ICO)*.

Berdasarkan tabel 4.3 dapat kita lihat bahwa harga kopi dipasar internasional mengalami fluktuasi disetiap tahunnya. Pada tahun 2004 pertumbuhan harga internasional yaitu 19,74%, pada tahun 2015 meningkat sebesar 43,78% ini merupakan pertumbuhan tertinggi selama periode 2004 s.d 2018. Pada tahun 2006 harga internasional menurun 7,15% dan mengalami peningkatan pada dua tahun berikutnya hingga menyentuh angka 15,38%. Pada tahun 2009 terjadi yang penurunan cukup jauh jika dibandingkan dengan tahun

sebelumnya sebesar -6,90%. Dua tahun berikutnya terjadi peningkatan ke angka 42,88% pada tahun 2011. Pada tahun 2012 kembali mengalami penurunan yang sangat besar yaitu -25,69% begitu juga pada tahun 2013 yang kembali mengalami penurunan sebesar -23,55%. Meski sempat meningkat pada tahun 2014 sebesar 29,91%, pada tahun 2015 kembali terjadi menurun sebesar -19,70%. Peningkatan yang tidak cukup besar terjadi pada tahun 2016 sebesar 2,11%, dan dua tahun berikutnya kembali terjadi penurunan harga internasional sebesar -13,93%. Penyebab dari fluktuasi harga kopi internasional ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti kondisi perekonomian internasional, permintaan dan pasokan, menguatnya nilai mata uang hingga naik turunnya harga minyak bumi.

C. Uji Bersyarat dan Hasil Estimasi

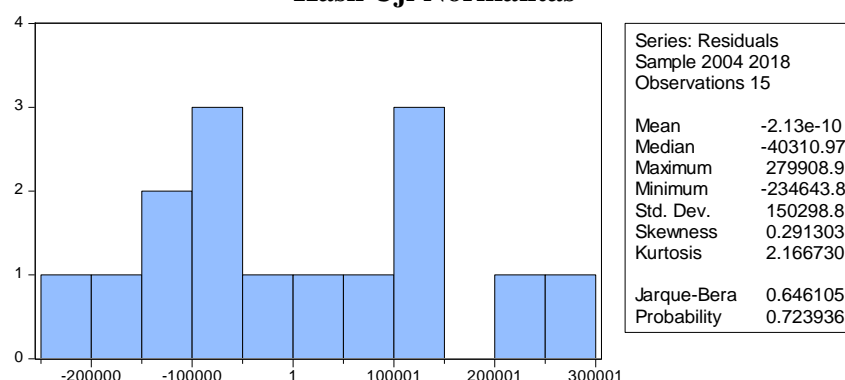
1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tujuan dilakukannya uji normalitas terhadap serangkaian data adalah untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Dalam uji ini, pedoman yang digunakan dalam pengambilan keputusan adalah:

- 1) Jika nilai $J-B_{hitung} > 0,05$ maka distribusi normal, dan
- 2) Jika nilai $J-B_{hitung} < 0,05$ maka distribusi tidak normal

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas



Sumber: diolah dengan Eviews 8

Dengan melihat tampilan grafik histogram dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas. Terlihat dari nilai Jarque-Bera sebesar

0.646105 dengan p value sebesar 0,723936 dimana $> 0,05$ yang berarti residual berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk melihat apakah model regresi terdapat kolerasi antar variabel bebas atau tidak. Sebuah model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas atau tidak terjadi multikolinieritas. Untuk mengetahui ada tidaknya gejala multikolinearitas digunakan *Variance Inflation Factors* (VIF). Jika nilai VIF dibawah 10 maka tidak ada gejala multikolinieritas dan sebaliknya jika nilai VIF diatas 10 maka terdapat gejala multikolinieritas.

Tabel 4.4

Hasil Uji Multikolinieritas

Variance Inflation Factors
Date: 06/22/20 Time: 12:25
Sample: 2004 2018
Included observations: 15

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	8.23E+10	46.84139	NA
NILAI_TUKAR	449.5094	32.15511	1.000133
HARGA_INT	160.3296	15.20220	1.000133

Sumber: *diolah dengan Eviews 8*

Berdasarkan hasil olah data pada tabel 4.4 diatas, dapat dilihat tabel kolom *centered* VIF. Dan masing-masing nilai VIF untuk variabel nilai tukar (1.000133), harga internasional (1.000133) untuk nilai VIF tidak ada yang lebih besar dari 10. Maka dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas pada kedua variabel independen tersebut. Berdasarkan syarat asumsi klasik regresi linier berganda yang baik adalah terbebas dari adanya multikolinieritas.

c. Uji Autokorelasi

Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ada korelasi atau hubungan antara kesalahan pengganggu pada tahun sekarang dengan tahun sebelumnya. Ada banyak cara yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya korelasi pada penelitian. Salah satunya adalah menguji korelasi dengan

Durbin-Watson (Durbin Watson test). Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah sebagai berikut:

- 1) Angka D-W di bawah -2 ada autokorelasi positif.
- 2) Angka D-W diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi.
- 3) Angka D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

Tabel 4.5

Hasil Uji Autokorelasi

Durbin-Watson stat	2.096655
--------------------	----------

Sumber: diolah dengan Eviews 8

Berdasarkan dari hasil output program Eviews uji autokorelasi, diperoleh nilai D-W hitung yaitu sebesar 2.096655, angka ini terletak diantara -2 dan +2. Dari pengamatan ini dapat disimpulkan, bahwa tidak terjadi autokorelasi positif maupun autokorelasi negatif dalam penelitian ini.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk mencari tau data bebas dari heteroskedastisitas atau tidak yaitu variasi nilai yang berubah/tidak konstan. Cara mengetahuinya adalah dengan menggunakan *Glejser*, hasil *output* Eviews terlihat seperti tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.6

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: Glejser

F-statistic	1.431000	Prob. F(2,12)	0.2771
Obs*R-squared	2.888575	Prob. Chi-Square(2)	0.2359
Scaled explained SS	1.684200	Prob. Chi-Square(2)	0.4308

Sumber: diolah dengan Eviews 8

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat dilihat bahwa nilai *p value* yang ditunjukkan dengan nilai Prob. Chi-Square pada Obs*R-Square yaitu sebesar 0,2359. Oleh karena itu nilai *p value* $0,2359 > 0,05$ maka H_0 diterima atau dengan kata lain tidak ada masalah heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Linear Berganda Metode *Ordinary Least Square* (OLS)

Dari hasil analisis regresi linier berganda dengan menggunakan metode OLS, dapat ditarik suatu bentuk model persamaan untuk pengaruh nilai tukar rupiah dan harga internasional terhadap nilai ekspor kopi Indonesia. model estimasi persamaannya adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian dan data telah diolah dengan menggunakan program computer Eviews 8 dapat dilihat hasilnya dalam tabel di bawah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Analisis Regresi Nilai Tukar dan Harga Kopi Internasional

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-613140.2	286878.6	-2.137281	0.0539
NILAI_TUKAR	72.36714	21.20164	3.413281	0.0051
HARGA_INT	56.47698	12.66213	4.460305	0.0008

Sumber: *diolah dengan Eviews 8.*

Berdasarkan tabel diatas diperoleh hasil regresi sebagai berikut:

$$VE = -613140.2 + 72.36714 + 56.47698$$

Dari persamaan regresi pada Tabel 4.6 di atas dapat dibuat suatu interpretasi model sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar -613140.2 menyatakan bahwa jika variabel nilai tukar dan harga internasional memiliki nilai tetap atau sama dengan nol maka nilai ekspor kopi adalah sebesar -613.140 USD.
2. Koefisien regresi nilai tukar rupiah terhadap dollar sebesar 72.36714, nilai tukar memiliki hubungan yang positif terhadap nilai ekspor kopi. Yang berarti bahwa jika terjadi kenaikan Rp.1 pada nilai tukar akan menyebabkan peningkatan nilai ekspor kopi sebesar 72.36714 USD dengan asumsi *ceteris paribus*.

3. Koefisien regresi harga kopi internasional sebesar 56.47698, harga kopi internasional memiliki hubungan positif terhadap nilai ekspor. Yang berarti bahwa jika terjadi kenaikan satu satuan maka nilai ekspor meningkat sebesar 56.47698 USD dengan asumsi *ceteris paribus*.

3. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis ini dilakukan untuk mengetahui apakah hipotesis yang telah ditetapkan diterima atau ditolak secara statistik. Pengujian hipotesis ini dilakukan dengan menggunakan uji koefisien determinasi, uji t dan uji f.

a. Koefisien Determinasi (R-Square/R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar variabel-variabel independen secara bersamaan mampu memberikan penjelasan mengenai variabel dependen. Dalam analisis determinasi ini menggunakan nilai R-squared untuk mengukur sejauh mana harga kopi internasional dan nilai tukar rupiah menjelaskan pengaruhnya terhadap nilai ekspor kopi.

Tabel 4.8
Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

R-squared	0.722212
Adjusted R-squared	0.675914

Sumber: diolah dengan Eviews 8

Berdasarkan hasil pengujian yang ada pada tabel 4.5 ditemukan bahwa nilai R-squared sebesar 0,722212 yang artinya variabel nilai tukar dan harga internasional secara bersama-sama mampu memberi penjelasan mengenai nilai ekspor kopi sebesar 0,72 atau 72% dan sisanya sebesar 28% dijelaskan oleh variabel lainnya diluar penelitian.

b. Uji t-Statistik (Uji Parsial)

Uji t dilakukan untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel bebas secara individual (satu-satu) terhadap variabel terikat dengan menganggap variabel bebas lainnya adalah konstan. Pengujian yang digunakan dengan kriteria keputusan jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ maka variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen, dan sebaliknya apabila nilai $t\text{-hitung}$ lebih kecil dari nilai $t\text{-tabel}$ maka variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 4.9
Hasil Pengujian Signifikansi Parsial (Uji-t)

Variable	t-Statistic	Prob.
C	-2.137281	0.0539
NILAI_TUKAR	3.413281	0.0051
HARGA_INT	4.460305	0.0008

Sumber: *diolah dengan Eviews 8*

Dari tabel 4.9 diketahui derajat kebebasan (dk) adalah $15 - 3 = 12$ dengan taraf kepercayaan α 0,05 maka t-tabel sebesar 2.17881. Pedoman yang digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis, yaitu:

- a) H_a diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai $p\text{-value} < level\ of\ significant$ sebesar 0,05 berarti variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.
- b) H_a ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai $p\text{-value} > level\ of\ significant$ sebesar 0,05 berarti variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Berdasarkan hasil estimasi pada tabel sebelumnya maka berikut ini hasil uji t statistic masing-masing variabel independen sebagai berikut:

1) Nilai Tukar Rupiah

Hasil pengujian dengan menggunakan program Eviews 8 diperoleh nilai t_{hitung} nilai tukar adalah 3.413281 dengan nilai probabilitas 0.0051 sedangkan nilai t-tabel dengan jumlah observasi sebanyak 15 derajat kebebasan (dk) adalah $15 - 3 = 12$ dengan taraf kepercayaan α 0.05 maka t-tabel sebesar 2.17881. sehingga diketahui bahwa t_{hitung} lebih besar dari t-tabel atau $3.413281 > 2.17881$ dan dapat juga dilihat dari nilai probabilitas yang lebih kecil dari tingkat α atau $0.0051 < 0.05$, berarti dapat disimpulkan bahwa nilai tukar berpengaruh signifikan terhadap nilai ekspor kopi di Indonesia.

2) Harga kopi internasional

Hasil pengujian dengan menggunakan program Eviews 8 diperoleh nilai t_{hitung} harga internasional sebesar 4.460305 dan nilai probabilitas 0.0008. nilai t-tabel dengan jumlah observasi sebanyak 15 derajat kebebasan (dk) adalah

15-3=12 dengan taraf kepercayaan alpha 0.05 maka t-tabel sebesar 2.17881. sehingga diketahui bahwa t-hitung lebih kecil dari t-tabel yakni $4.460305 > 2.17881$. Dan dapat juga dilihat dari nilai probabilitas lebih kecil dari tingkat alpha yakni $0.0008 < 0.05$, berarti dapat disimpulkan bahwa harga internasional berpengaruh signifikan terhadap nilai ekspor kopi di Indonesia.

c. Uji F Statistik (Uji Keseluruhan)

Uji F-Statistik ini berguna untuk pengujian signifikansi pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap nilai variabel dependen. Uji ini melihat seberapa besar pengaruh variabel X1 (nilai tukar) dan X2 (harga internasional) secara bersama-sama terhadap variabel Y (nilai ekspor). Pedoman yang digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis yaitu :

- Ha diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai *p-value* < *level of significant* sebesar 0,05 berarti seluruh variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel independen.
- Ha diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau *nilai p-value* > *level of significant* sebesar 0,05 berarti seluruh variabel independen tidak secara bersama-sama mempengaruhi variabel independen.

Tabel 4.10
Hasil Pengujian Uji F-Statistik

F-statistic	15.59919
Prob(F-statistic)	0.000459

Sumber: diolah dengan Eviews 8

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.7 diketahui bahwa pada angka F-hitung adalah 15.59919 dengan probabilitas 0.000459 nilai F-tabel untuk jumlah observasi sebanyak 15 dengan tingkat signifikan 0,05 dan k atau jumlah seluruh variabel adalah 3, maka $N1 = k - 1 = 3 - 1 = 2$, $N2 = n - k = 15 - 3 = 12$, maka diperoleh nilai F-tabel adalah 3,49 sehingga dapat disimpulkan bahwa F-hitung lebih besar dari F-tabel yaitu $15.59919 > 3,49$ dan dapat dilihat juga dari nilai probabilitas yang lebih kecil dari tingkat signifikan yaitu $0.000459 < 0,05$, artinya secara bersama-sama variabel X1 (nilai tukar rupiah), X2 (harga internasional) berpengaruh secara signifikan terhadap nilai ekspor kopi kopi Indonesia pada $\alpha = 5 \%$.

D. Interpretasi Hasil Penelitian

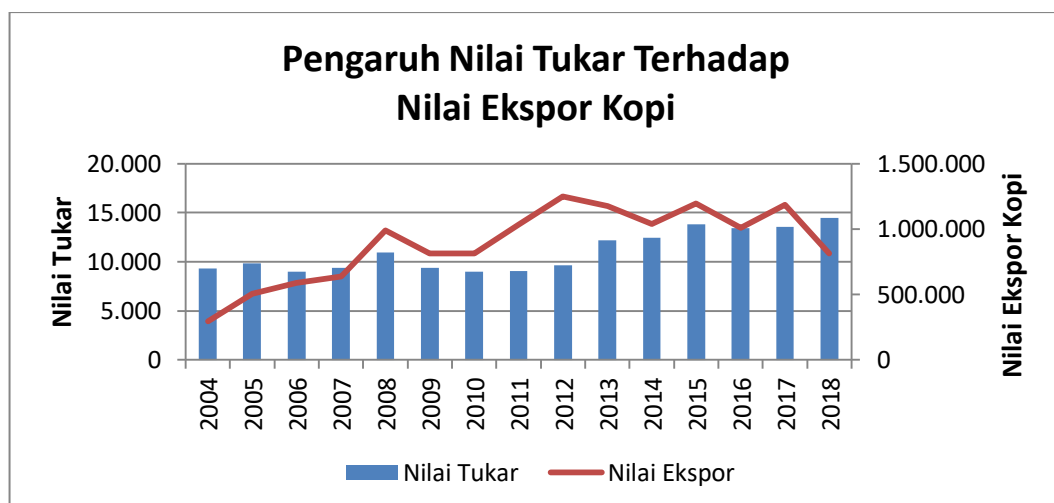
1. Pengaruh Nilai Tukar Rupiah Terhadap Nilai Ekspor Kopi Indonesia

Hasil analisis regresi diperoleh signifikansi 0.0051 lebih kecil dibandingkan dengan $\alpha = 0,05$. Hal ini berarti bahwa variabel nilai tukar rupiah berpengaruh signifikan terhadap nilai ekspor kopi Indonesia. koefisien regresi sebesar 3.413281 yang menyatakan setiap kenaikan Rp 1 nilai tukar rupiah, maka akan meningkatkan nilai ekspor kopi Indonesia sebesar 3.413281.

Nilai tukar mata uang suatu negara dipengaruhi oleh faktor permintaan dan penawaran. Sehingga apabila permintaan terhadap suatu mata uang meningkat dan tidak dibarengi dengan penawaran, maka dipastikan terjadi kenaikan nilai tukar atas mata uang asing. Kenaikan nilai tukar rupiah menguntungkan kondisi dalam negeri, karena secara teoritis harga-harga produk dalam negeri menjadi relatif lebih murah apabila dibandingkan dengan harga-harga sejenis dari negara lain. Kondisi ini menyebabkan ekspor kopi meningkat. berikut gambar mengenai pengaruh nilai tukar rupiah terhadap nilai ekspor kopi Indonesia.

Gambar 4.2

Pengaruh Nilai Tukar Rupiah Terhadap Nilai Ekspor Kopi Indonesia



Sumber: Kementerian Perdagangan, www.kemendag.go.id. Data Diolah, 2020.

Berdasarkan gambar 4.2 dapat diketahui bahwa nilai tukar rupiah tidak selalu mempengaruhi nilai ekspor kopi Indonesia. Pada tahun 2008 nilai tukar meningkat sebesar 16.25% dengan nilai 10.950 ribu rupiah dan meningkatkan nilai ekspor sebesar 55.81% dengan nilai 991.458 ribu rupiah. Pada tahun 2013 peningkatan yang cukup besar kembali terjadi dari 6.63% pada tahun 2012 dengan nilai 9.670 ribu rupiah ke angka 26.04% dengan nilai 12.189 ribu rupiah, namun peningkatan yang cukup besar pada tahun 2013 tidak meningkatkan nilai ekspor, terjadi penurunan nilai ekspor sebesar -6.04% dengan nilai 1.174.029 ribu rupiah dari 1.249.520, dan nilai tukar yang kembali meningkat pada tahun 2014 tidak meningkatkan nilai ekspor. Pada tahun 2015 peningkatan kembali terjadi sebesar 10.89% pada tahun 2015, dan nilai ekspor meningkat sebesar 15.23%. Pada tahun 2018 terjadi peningkatan nilai tukar sebesar 6.88% dengan nilai 14.481 ribu rupiah dari angka 0.83% dengan nilai 13.548 ribu rupiah pada tahun 2017, dengan peningkatan nilai tukar yang cukup besar tidak dibarengi dengan nilai ekspor yang menurun cukup drastis 1.187.157 ribu rupiah ke angka 815.933 ribu rupiah pada tahun 2018.

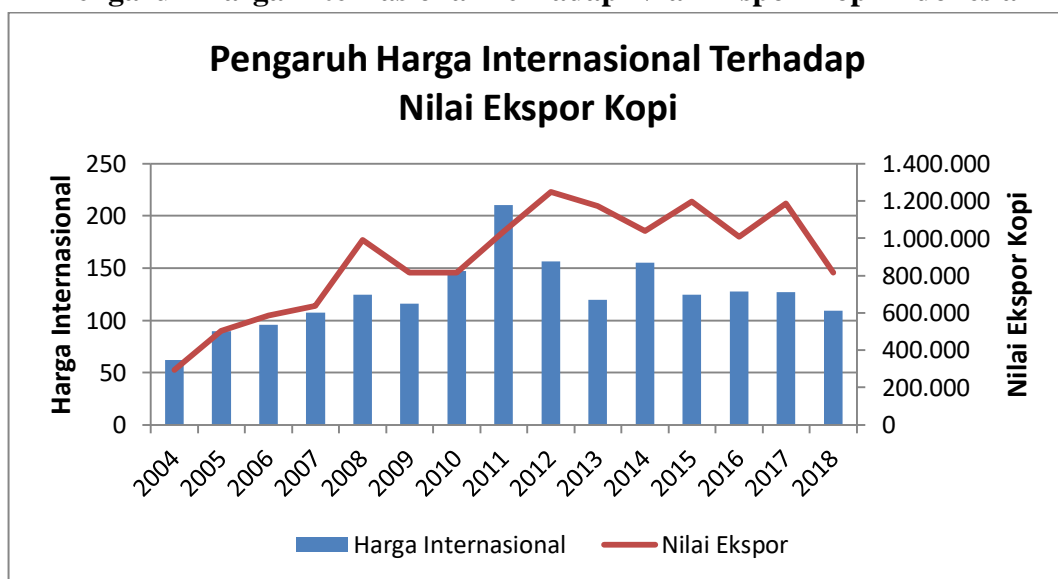
Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Reyandi Desnky tahun 2018 dengan judul “Ekspor Kopi Indonesia dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya Periode 2000 - 2015” penelitian ini menunjukkan bahwa nilai tukar rupiah berpengaruh signifikan terhadap ekspor kopi Indonesia. Dari hasil perhitungan diperoleh nilai t-hitung 2.214365 dengan probabilitas $0,0488 < \alpha = 0,05$. Artinya secara parsial kurs berpengaruh signifikan terhadap ekspor kopi Indonesia periode 2000-2015.

2. Pengaruh Harga Kopi Internasional Terhadap Nilai Ekspor Kopi

Hasil analisis regresi diperoleh signifikansi 0.0008 lebih kecil dibandingkan $\alpha = 0,05$. Hal ini berarti bahwa variabel harga internasional berpengaruh signifikan terhadap nilai ekspor kopi Indonesia. koefisien regresi harga internasional sebesar 4.460305 dengan tanda positif menyatakan bahwa setiap kenaikan 1 US\$ harga internasional, maka akan meningkatkan nilai ekspor sebesar 4.460305.

Seperti halnya yang dikemukakan oleh Soekartawi, semakin besar selisih antar harga di pasar internasional dengan harga domestik akan menyebabkan jumlah komoditi yang akan diekspor bertambah banyak. Begitupun keseimbangan antara penawaran ekspor dan permintaan impor dunia suatu komoditas dipasaran dunia meningkat sehingga jika komoditas di pasar domestik tersebut stabil, maka selisih harga internasional dan domestik akan semakin besar.

Gambar 4.3
Pengaruh Harga Internasional Terhadap Nilai Ekspor Kopi Indonesia



Sumber: *International Coffee Organization*, www.ico.org, Data Diolah, 2020.

Berdasarkan gambar 4.3 dapat diketahui bahwa harga internasional tidak terlalu mempengaruhi nilai ekspor kopi Indonesia. seperti yang terjadi pada tahun 2012 harga internasional menyentuh angka 156.34 US\$ menurun -25.69% dari tahun 2011 dan nilai ekspor meningkat dengan nilai 1.249.520. Pada tahun 2015 harga internasional menyentuh angka 124.67 US\$ menurun -19.70% dan nilai ekspor meningkat sebesar 15.23%. Sesuai dengan hukum permintaan, permintaan dan harga berhubungan negatif. Apabila harga suatu barang di pasar internasional naik, maka jumlah permintaan akan barang tersebut akan turun, dan begitu pula sebaliknya. Namun pada tahun 2018 harga internasional menurun sebesar -13.93% dan nilai ekspor juga mengalami penurunan sebesar -31.27% dengan nilai 815.933 US\$. hal ini dikarenakan diberlakukannya kembali sistem kuota,

selain diberlakukannya kembali sistem kuota pertumbuhan ekspor yang melambat juga dikarenakan banyaknya saingan terutama negara-negara Amerika Latin, Afrika, Vietnam dll, sehingga menyebabkan menyebabkan daya saing semakin ketat dan harga internasional tertekan. Selain itu, produksi kopi dialihkan kepada konsumsi dalam negeri yang terus meningkat seiring dengan meningkatnya tren mengkonsumsi kopi.

Selain itu, naik turunnya harga di pasaran dunia perdagangan internasional disebabkan oleh keadaan perekonomian negara pengekspor, dimana dengan tingginya inflasi di pasaran domestik akan menyebabkan harga dipasaran domestik menjadi naik, dan harga di pasaran internasional semakin meningkat, dimana harga internasional merupakan keseimbangan antara penawaran ekspor dan permintaan impor dunia suatu komoditas dipasaran dunia meningkat sehingga jika komoditas di pasaran domestik tersebut stabil, maka selisih harga internasional dan domestik akan semakin besar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Aldo Gunawan tahun 2013 dengan judul “Pengaruh Harga Internasional dan GDP perkapita Amerika Serikat Terhadap Nilai Ekspor Tekstil Indonesia ke Amerika Serikat” penelitian ini menunjukkan bahwa harga internasional berpengaruh signifikan terhadap nilai ekspor tekstil Indonesia. Dari hasil perhitungan diperoleh nilai t-hitung 2.555 dengan probabilitas $0,034 < \alpha = 0,05$. Artinya secara parsial harga internasional berpengaruh signifikan terhadap nilai ekspor tekstil Indonesia.

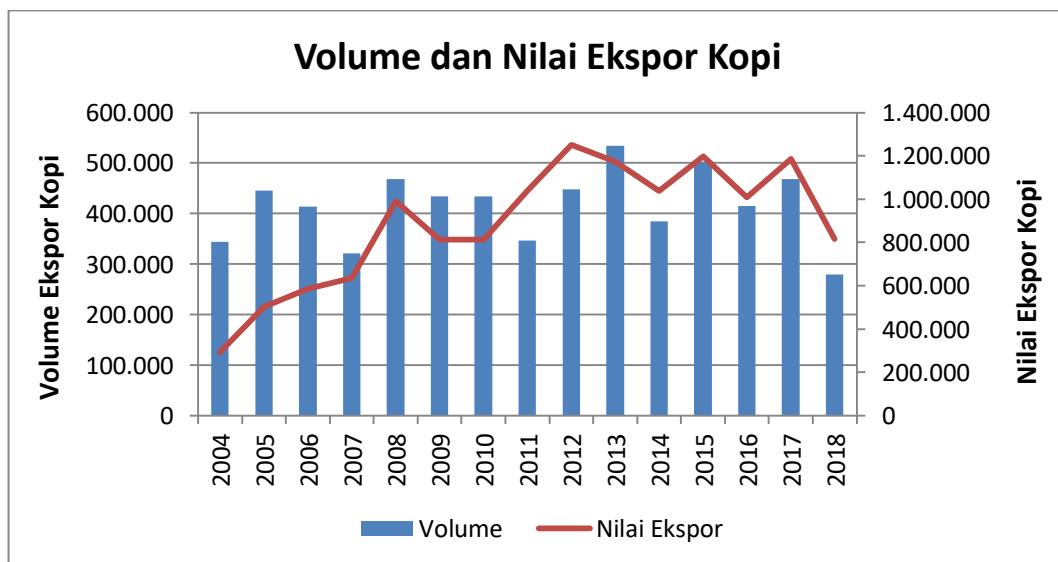
3. Pengaruh Nilai Tukar Rupiah dan Harga Internasional Terhadap Nilai Ekspor.

Pada hasil regresi bahwa variabel nilai tukar rupiah dan harga internasional terhadap nilai ekspor menunjukkan nilai signifikansi 0.000459 yang artinya bahwa secara simultan atau bersama-sama variabel nilai tukar rupiah dan harga internasional berpengaruh signifikan terhadap nilai ekspor kopi Indonesia periode 2004-2018.

Transaksi ekspor menggambarkan produk yang tidak dikonsumsi diwilayah ekonomi domestik dan nasional, tetapi menunjukkan konsumsi pihak

luar negeri, baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun perkembangan volume dan nilai ekspor kopi adalah:

Gambar 4.4
Volume dan Nilai Ekspor Kopi Indonesia



Sumber: Badan Pusat Statistik, www.bps.go.id, 2019.

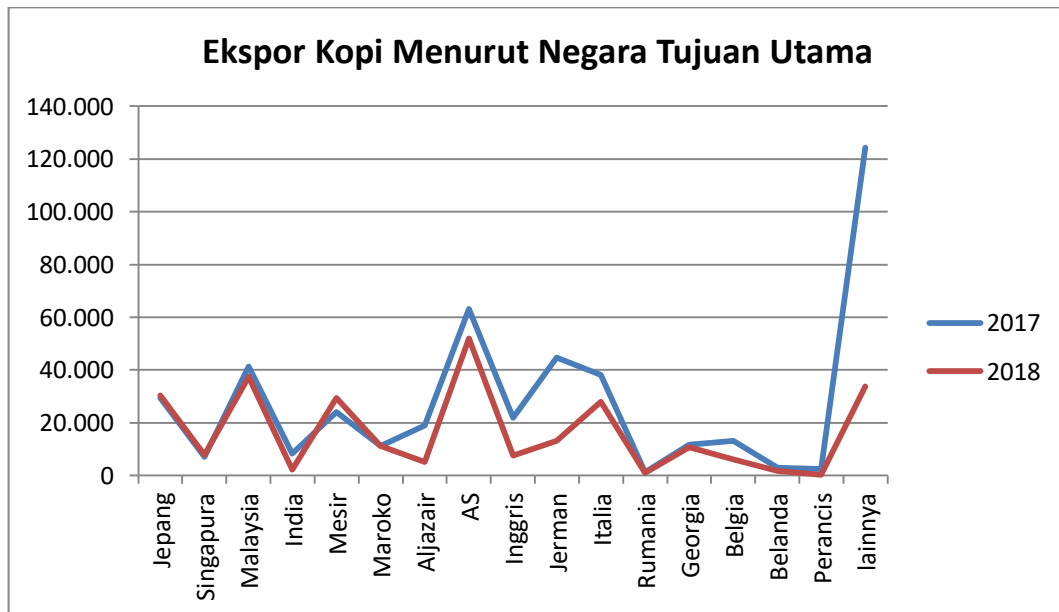
Berdasarkan gambar 4.4 total ekspor kopi beberapa tahun terakhir cenderung berfluktuasi, pada tahun 2004 total volume ekspor mencapai 344.077 ribu ton dengan total nilai sebesar US\$ 294.113 ini merupakan nilai ekspor terendah dalam empat belas tahun terakhir. Pada tahun 2008 total volume ekspor meningkat ke angka 468.749 ribu ton dengan total nilai sebesar US\$ 991.458, fluktuasi terus terjadi dalam beberapa tahun kemudian. Pada tahun 2017 volume ekspor meningkat dari tahun sebelumnya hingga menyentuh angka 467.800 ribu ton dengan total nilai sebesar US\$ 1.187.157. Pada tahun 2018 terjadi penurunan yang cukup besar hingga menyentuh angka 279.961 ribu ton dengan total nilai ekspor sebesar US\$ 815.933 hal ini disebabkan penurunan produksi kopi.

Untuk meningkatkan volume dalam negeri, ada beberapa yang mempengaruhi antara lain produksi dalam negeri, harga kopi di pasar internasional, harga kopi di dalam negeri, tingkat konsumsi kopi dalam negeri, tingkat konsumsi kopi dunia, produksi negara produsen kopi lainnya serta tingkat permintaan kopi dunia. Selain itu, menurunnya permintaan kopi juga menjadi

penyebab menurunnya ekspor kopi. Adapun ekspor menurut beberapa negara tujuan utama adalah:

Gambar 4.5

Ekspor Kopi Menurut Negara Tujuan Utama Tahun 2017-2018



Sumber: Badan Pusat Statistik, www.bps.go.id, 2020.

Berdasarkan Gambar 4.5 terjadi penurunan ekspor kopi dari beberapa negara tujuan utama ekspor kopi Indonesia. Hal ini menunjukkan penurunan volume dan nilai ekspor kopi sejalan dengan menurunnya permintaan kopi dari beberapa negara tujuan utama ekspor kopi, penurunan ini bisa disebabkan beberapa hal seperti terjadinya hambatan ekspor di beberapa negara dikarenakan kondisi politik masing-masing negara tujuan utama ekspor kopi Indonesia.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data penelitian tentang pengaruh nilai tukar rupiah dan harga internasional terhadap nilai ekspor kopi Indonesia dapat diambil kesimpulan bahwa :

- a. Hasil pengujian diperoleh terdapat pengaruh yang positif antara nilai tukar rupiah terhadap nilai ekspor kopi Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa suatu pergerakan nilai ekspor kopi Indonesia dipengaruhi oleh tinggi atau rendahnya nilai tukar yang berlaku saat melakukan perdagangan Internasional. Peningkatan nilai tukar terhadap dolar dapat meningkatkan nilai ekspor kopi.
- b. Hasil pengujian diperoleh terdapat pengaruh yang positif antara harga internasional terhadap nilai ekspor kopi Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa besar atau kecilnya harga internasional mempengaruhi peningkatan dan penurunan nilai ekspor kopi Indonesia.
- c. Hasil pengujian diperoleh adanya pengaruh antara nilai tukar rupiah dan harga internasional terhadap nilai ekspor kopi Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa pergerakan nilai ekspor kopi Indonesia ditentukan oleh peningkatan maupun penurunan dari nilai tukar rupiah dan harga internasional

B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

- a. Untuk mendukung pertumbuhan ekspor strategi pengembangan agribisnis kopi lokal di Indonesia yang dapat dilakukan meliputi peningkatan produksi kopi lokal, baik terhadap kualitas maupun terhadap kuantitas agar komoditi kopi Indonesia bisa lebih unggul di pasar Internasional. Kualitas yang baik akan berpengaruh terhadap permintaan dan penawaran sehingga akan mempengaruhi harga.

- b. Dalam upaya peningkatan ekspor kopi Indonesia, pemerintah Indonesia harus lebih meningkatkan hubungan kerja sama dengan negara-negara tujuan ekspor kopi Indonesia dengan terus berusaha memberikan produk kopi yang berkualitas sesuai dengan standar ekspor kopi yang seharusnya.
- c. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pemahaman bagi masyarakat tentang pentingnya menjaga perekonomian Indonesia. Di samping itu penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dalam penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajija, Shocrul R, Et. Al. *Cara Cerdas Menguasai Eviews*, Jakarta: PT Salemba Empat. 2011.
- Al Ghazy, Muhammad Ridho, Aris Soelistyo dan Hendra Kusuma. *Analisis Ekspor Kakao Indonesia Di Pasar Internasional*. Jurnal Ilmu Ekonomi, Vol. 1 Jilid 4/Tahun 2017.
- Ansofino, et. Al. *Buku Ajar Ekonometrika*. Yogyakarta: Deepublish, 2016.
- Apridar, *Ekonomi Internasional : Sejarah, Teori, Konsep dan Permasalahan Dalam Aplikasinya ke 2*. Yogyakarta ; Graha Ilmu, 2012.
- Assauri, Sofjan. *Strategic Marketing*, Jakarta, Rajawali Pers, 2012.
- Astuti, Wahyu Puji. *Ekspor dan Impor*, Semarang: Mutiara Aksara, 2019.
- BPS, *Statistik Kopi Indonesia 2018*, (katalog:5504006).
- Dominick, Salvatore. *Ekonomi Internasional–Edisi 9*. Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- Gilarso. *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro*. Yogyakarta: Kanisius, 2004.
- Gregorius, Chandra. *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta: Andi, 2002.
- Gujarati, Damor. *Ekonometrika Dasar*, Terj.Sumarno Zein. Jakarta: Erlangga, 2003.
- Hady, Hamdy. *Ekonomi Internasional: Teori dan Kebijakan Perdagangan Internasional*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2001.
- Harahap, Hakim Muda. *Epistemologi Etika Perdaganga Internasional dalam Konsep Al-ur'an*, Jurnal Studi Al-Qur'an dan Hadist, Vol 3, No. 2 2019.
- Harahap, Isnaini, dkk. *Hadis-Hadis Ekonomi*. Jakarta: Prenadamedia Grup, 2015. Google Scholar. Web. 3 Januari 2020.
- Imsar. “Analisis Strategi Pengembangan Usaha UcoK Durian Medan”. Tansiq, Vol. 1, No. 2, Januari-Juni 2018, h. 2018. <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/tansiq/article/view/2061/1617>. 28 Januari 2021
- Karim, Adiwarman. *Ekonomi Makro Islam-Edisi ke 2*, Jakarta: Rajawali Pers, 2007.

- Kasdi, Abdurrohman. *Permintaan dan Penawaran Dalam Mempengaruhi Pasar (Studi kasus di Pasar Bintoro Demak)*, Bisnis, Vol.4 No. 2, Desember 2016.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, *Warta Ekspor – Specialty Kopi Indonesia*, <http://djpen.kemendag.go.id>, diakses pada 20 Maret 2020.
- Konsulat Jenderal Republik Indonesia, *Sekilas Tentang Indonesia*, <http://Indonesia-Franktur.de>, diakses pada 6 Mei 2020.
- Lalan, Edy Yulianto dan Wilopo, *Pengaruh Produksi dan Nilai Tukar Terhadap Volume Ekspor Jahe Periode 1994-2013*, Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 25 No.1 Agustus 2015.
- Linder, Peter H. *Ekonomi Internasional-Edisi 9*, Terj. Agustinus Subekti, Jakarta: Bumi aksara, 1994.
- Lubabul, Achmad. “*Perdagangan Internasional*”, Akademika, Vol. 10, No. 2, Desember 2016.
- Maisyarah, Siti. “ *Pengaruh Nilai Tukar, Volume Ekspor, dan Bea Keluar Terhadap Harga Ekspor Pinang*” Tesis, Program Pascasarjana UIN Sumatera Utara, 2019.
- Mankiw, N.G. *Mako Ekonomi Edisi Keenam*, Terj. Fitria Liza dan Imam Nurmawan. Jakarta : Erlangga, 2006.
- Mejaya, Fanani, Mawardi. *Pengaruh Produksi, Harga Internasional, dan nilai tukar terhadap Volume Ekspor* (Studi pada Ekspor Global Teh Indonesia Periode Thun 2010-2013).
- Naf an. *Ekonomi Makro Tinjauan Ekonomi Syariah*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2004.
- Nasution, Ja’far. “ *Konsep Pertukaran mata uang Menurut Teori Taqiyuddin An-Nabani (1909-1997)*”. (Tesis, Program Pascasarjana IAIN Sumatera Utara), 2014.
- Nasution, Muhammad Irwan Padli. Keunggulan Kompetitif dengan Teknologi Informasi. Jurnal Elektronik, 2014.
- Nasution, Muhammad Irwan Padli. Sistem Informasi Pengontrolan Mutu Produk Pada PT SC Johnson Manufacturing Medan, Seminar Nasional Informatika (SNIF-2012), 2012.
- Nasution, Syahrir Hakim. *Ekonomi Internasional*, cet 9. USU Press: Medan, 2016.
- Nopirin. *Ekonomi Internasional Edisi 3*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2016.

- Nopriyandi, Rexsi dan Haryadi, “*Analisis Ekspor Kopi Indonesia*”, dalam Jurnal Paradigma Ekonomi, Vol.12 No. 1, Januari-Juni 2017, ISSN: 2085-1960.
- Putong, Iskandar. *Economics – Pengantar Mikro dan Makro Edisi 5*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2003.
- Rahmani, Nur ahmadi Bi. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Medan: Febi UIN-SU Press, 2016. Google Scholar. Web. 21 Desember 2019.
- Ridwan, Isnaini Harahap dan Yusrizal. *Pengantar Ekonomi Mikro dan Makro*. Bandung: Cita Pustaka Media, 2013. Google Scholar. Web. 18 Desember 2019.
- Ridwan, Imsar dan Muhammad Syahbudi. *Ekonomi Mikro Islam II*. Diklat. Google Scholar. Web. 6 Januari 2020.
- Rosyidi, Suherman. *Pengantar Teori Ekonomi Pendekatan kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro*. Surabaya: Rajawali Pers, 2005.
- Rozalinda. *Fiqh Ekonomi Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Saleh, Amirus, Dahlan Fanani dan Khalid Mawardi, *Pengaruh Produksi, Harga Internasional dan Nilai Tukar Terhadap Volume Ekspor Teh Indonesia Periode 2010-2013*, Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 35 No. 2 juni 2016.
- Siregar, Syofian. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara. 2014.
- Soekartawi. *Agribisnis: Teori dan Aplikasinya*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, cet 8, 2005.
- Soviandre, Edo, M. Al Musadieq, *Faktor yang Mempengaruhi Volume Ekspor Kopi dari Indonesia ke Amerika Serikat (Studi pada Volume Ekspor kopi Periode 2010-2012)*, Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 14 No. 2 September 2014.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2008.
- Sukirno, Sadono. *Makro Ekonomi – Teori Pengantar Edisi Ketiga*, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2012.
- Suryani, Hendryadi. *Metode Riset Kuantitatif*. Jakarta :Kencana, 2015.
- Syarif, Ahmad. Skripsi: “*Pengaruh Jumlah produksi, Harga dan Kurs Terhadap Nilai Ekspor Kakao Indonesia 1996-2015*” Makassar: Alauddin. 2018.
- Tarigan, Azhari Akmal. *Tafsir Ayat-ayat Ekonomi Al-Quran*. Medan: CitaPustaka Media, 2012. Google Scholar. Web. 20 Juli 2020.
- Wijaya, Tony. *Metodologi penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2013.

LAMPIRAN

DATA PENELITIAN

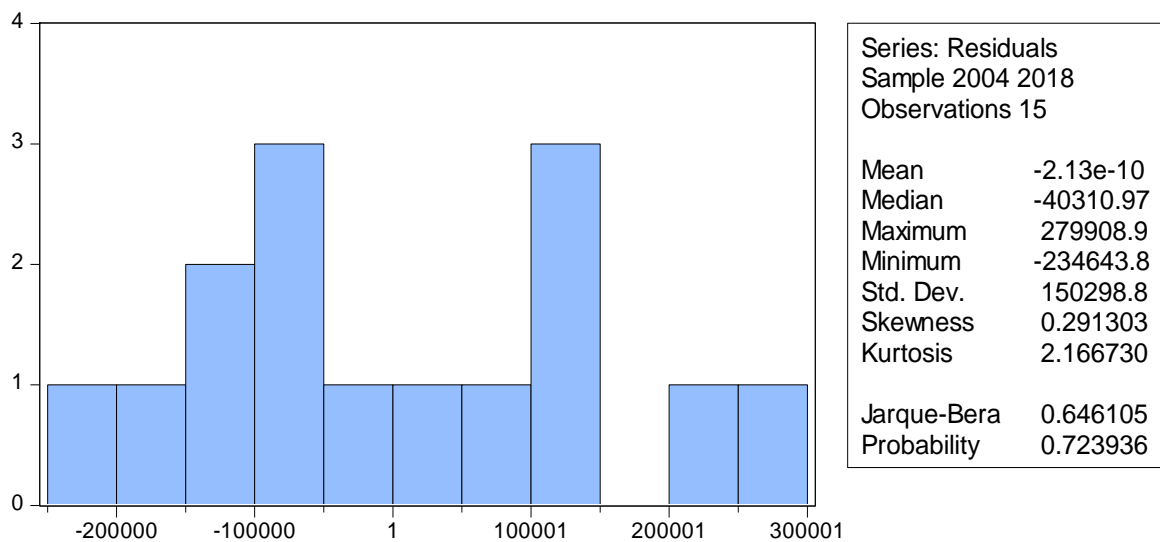
Tahun	Nilai Tukar Rupah	Harga Kopi Interbasional	Nilai Ekspor Kopi
2004	9.290	62,15	294.113
2005	9.830	89,36	503.836
2006	9.020	95,75	586.877
2007	9.419	107,68	636.319
2008	10.950	124,25	991.458
2009	9.400	115,67	814.300
2010	8.991	147,24	814.311
2011	9.068	210,39	1.036.671
2012	9.670	156,34	1.249.520
2013	12.189	119,51	1.174.029
2014	12.440	155,26	1.039.341
2015	13.795	124,67	1.197.735
2016	13.436	127,31	1.008.549
2017	13.548	126,69	1.187.157
2018	14.481	109,03	815.933

HASIL ESTIMASI

Dependent Variable: SER03
Method: Least Squares
Date: 06/23/20 Time: 07:19
Sample: 2004 2018
Included observations: 15

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-613140.2	286878.6	-2.137281	0.0539
SER01	72.36714	21.20164	3.413281	0.0051
SER02	56.47698	12.66213	4.460305	0.0008
R-squared	0.722212	Mean dependent var	890009.9	
Adjusted R-squared	0.675914	S.D. dependent var	285166.6	
S.E. of regression	162341.3	Akaike info criterion	27.00965	
Sum squared resid	3.16E+11	Schwarz criterion	27.15126	
Log likelihood	-199.5723	Hannan-Quinn criter.	27.00814	
F-statistic	15.59919	Durbin-Watson stat	2.096655	
Prob(F-statistic)	0.000459			

NORMALITAS



MULTIKOLINIERITAS

Variance Inflation Factors
 Date: 06/23/20 Time: 07:21
 Sample: 2004 2018
 Included observations: 15

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	8.23E+10	46.84139	NA
SER01	449.5094	32.15511	1.000133
SER02	160.3296	15.20220	1.000133

HETEROSKEDASTISITAS

Heteroskedasticity Test: Glejser

F-statistic	1.431000	Prob. F(2,12)	0.2771
Obs*R-squared	2.888575	Prob. Chi-Square(2)	0.2359
Scaled explained SS	1.684200	Prob. Chi-Square(2)	0.4308

Test Equation:
 Dependent Variable: ARESID
 Method: Least Squares
 Date: 06/23/20 Time: 07:21
 Sample: 2004 2018
 Included observations: 15

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-81442.13	132660.2	-0.613915	0.5507
SER01	9.332990	9.804196	0.951938	0.3599
SER02	8.252298	5.855305	1.409371	0.1841
R-squared	0.192572	Mean dependent var		124498.8
Adjusted R-squared	0.058000	S.D. dependent var		77347.47
S.E. of regression	75070.88	Akaike info criterion		25.46711
Sum squared resid	6.76E+10	Schwarz criterion		25.60872
Log likelihood	-188.0033	Hannan-Quinn criter.		25.46560
F-statistic	1.431000	Durbin-Watson stat		1.197236
Prob(F-statistic)	0.277092			

Titik Persentase Distribusi t

d.f. = 1 - 200

Diproduksi oleh: Junaidi
<http://junaidichaniago.wordpress.com>

Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Catatan: Probabilitas yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Catatan: Probabilitas yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)

Df	Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
		0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81		0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82		0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83		0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84		0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85		0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86		0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87		0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88		0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89		0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90		0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91		0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92		0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93		0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94		0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95		0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96		0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97		0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98		0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99		0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100		0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101		0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102		0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103		0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104		0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105		0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106		0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107		0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108		0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109		0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110		0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111		0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112		0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113		0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114		0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115		0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116		0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117		0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118		0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119		0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120		0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Catatan: Probabilitas yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

Titik Persentase Distribusi F

Probabilita = 0.05

Diproduksi oleh: Junaidi
<http://junaidichaniago.wordpress.com>

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk Penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk Penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	1.95	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.913.062.67	2.44	2.28	2.172.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.771.74				

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : Listiyana
2. NIM : 51.15.1.070
3. Tpt/tgl Lahir : Bukit Sama, 16 September 1997
4. Pekerjaan : Mahasiswi
5. Alamat : Merie Satu, Bener Meriah, Aceh.

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamatan SD Negeri 4 Lut Tawar Berijazah tahun 2009
2. Tamatan MTS Ta'dib Al-Muallimin Al-Islami Berijazah tahun 2012
3. Tamatan MAS TA'dib Al-Muallimin Al-Islami Berijazah tahun 2015
4. Kemudian melanjutkan pendidikan pada Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatra Utara Medan pada tahun 2015.

III. RIWAYAT ORGANISAS

1. Universal Islamic Economic (UIE) (2016)